



POR QUÉ EL PICOTEO ESTÁ DEJANDO DE SER MAL VISTO



Ministerio de Agroindustria
Presidencia de la Nación

POR QUÉ EL PICOTEO ESTÁ DEJANDO DE SER MAL VISTO

De un tiempo a esta parte, el consumidor ha ido buscando información de cómo cuidar su salud física y mental tratando de mejorar su calidad de vida incorporando actividades físicas y de recreación a su rutina habitual. Esto ha llevado también a que se interese en más por los alimentos que consumen y/o van incorporando a su dieta.

Hoy se está empezando a observar una búsqueda de alimentos que sean ricos, prácticos y de los cuales se pueda obtener un beneficio y la industria de alimentos y bebidas lo ha observado y está trabajando al respecto.

La realidad es que la población hoy, con el ritmo de vida que lleva, está acostumbrada a comer entre horas ya que muchas veces no se hacen tiempo para realizar las comidas principales como sería debido, es decir, dedicándole el tiempo y la calidad nutricional necesarios para cubrir los requerimientos y/o las recomendaciones para una alimentación adecuada.

El picoteo está insertado en la rutina diaria pero está teniendo un giro positivo que nos permite empezar a hablar de “snacks” saludables.

Hacer un break o snack es un término anglosajón muy integrado a nuestra cultura. Podríamos decir que reemplaza las palabras aperitivo, tentempié, merienda, entre horas.

Los snacks son pequeñas ingestas que podemos hacer entre comidas principales para reducir el nivel de hambre, mantener en actividad nuestro metabolismo y suministrar energía, así como nutrientes. Las principales razones del consumo de snacks son:

- Por aburrimiento.
- Como una recompensa o premio que nos permitimos.
- Para aportar un impulso de energía en un momento determinado.



Según un estudio realizado por CESNI, se ha considerado snack a todo consumo fuera de las cuatro comidas principales. En general estos consumos son episodios no provocados por el hambre, sino que responden en cambio a un estímulo externo.

Es por esto que el snack empezó a ser visto positivamente pensándolo como una herramienta nutricional para cubrir recomendaciones o necesidades nutricionales que no son alcanzadas por las comidas principales.

Se empezó a ver determinados alimentos con otros ojos buscando la forma para que sus propiedades nutricionales puedan ser aprovechadas y a su vez sean placenteros y atractivos para el consumidor.

Hoy podemos encontrar snacks para todos los gustos y grupos de edad, saludables y no tanto.

Existen empresas que vienen desarrollando para el consumidor mayor cantidad de alimentos saludables aumentando así su cartera de productos saludables. Tal es el caso de las frutas y hortalizas, que con un procesamiento mínimo los transforman en productos listos para consumir, atractivos para los niños e ideales para las personas que se alimentan de viandas preparadas. Además, constituyen un insumo indispensable para restaurantes y empresas de catering. Estos productos, conocidos como de IV gama, son vegetales frescos, limpios, pelados enteros y/o cortados de diferentes maneras, que se preservan mediante una combinación de tratamientos suaves, con la finalidad de mantener sus propiedades naturales.





La industria también está percibiendo esto como una nueva oportunidad de innovar y captar nuevos clientes y ha empezado a:

- Seleccionar materias primas más saludables (frutas, cereales y semillas con alto contenido en fibra, etc).
- Incorporar ingredientes con aportes nutricionales utilizados para enriquecer (vitaminas, minerales, compuestos antioxidantes, etc).
- Disminuir el contenido de sodio, azúcar y grasas habituales en este tipo de productos.
- Adecuar los procesos tecnológicos haciéndolos capaces de conservar la calidad nutricional de los productos (procesos de horneado sustitutos a los habituales procesos de fritura, procesos de gelificación, de extrusión, envasado en atmósfera modificada, liofilización, etc).

Dentro de estos cambios que van siendo incorporados por la industria se pueden observar snacks de frutas tanto frescas como secas, de legumbres, de cereales y de carnes.

En Argentina, hace algunos años atrás, dos emprendedores trajeron, de Europa y Estados Unidos una idea de snack saludable y junto a una chef y nutricionistas crearon 30 ideas diferentes de snacks con productos naturales a base de frutos secos, ricos en ácidos grasos poliinsaturados y fibra; semillas, ricas en vitaminas y minerales, fibra, antioxidantes y ácidos grasos omega 3, 6 y 9; y frutas deshidratadas, fuente de vitaminas y minerales, hidratos de carbono, fibra y antioxidantes. Tienen alto contenido de fibras, bajos en sodio y 0% Colesterol. Los mismos se comercializan en porciones individuales. Este es un mercado que está en crecimiento en nuestro país.

Una marca estadounidense pionera en abarcar el tema del tamaño de la porción recomendada individual. Contiene una serie de productos como chips de verduras, Pita Bites (pequeños panes de pita en forma de chip), chips de manzana en forma de papa frita o Bagel Tops (partes superiores de los bagel¹ en formato de chip). Pero lo más significativo es que estos productos han sido presentados al mercado en forma de porciones más pequeñas y con un nivel de componentes nutritivos que pretende ayudar a los consumidores a mantener el peso.

Por otro lado, otras empresas americanas que tienen llegada a nivel internacional, vienen desarrollando productos alimenticios basados en frutas y verduras.

Sin embargo uno de los más novedosos, especialmente presente en el mercado chileno, son sus ensaladas preparadas envasadas en plástico transparente. Contienen ingredientes separados por dos bandejas dentro del empaque e incluyen una salsa. Con distintas variedades de ingredientes vegetales con el agregado de alguna variedad de carne, pero lo significativo también es que son presentadas en tamaños que van desde los 150 g a 400 g, permitiendo así, una opción saludable, sabrosa y sobre todo la frescura de la ensalada con la comodidad para llevar.

1. es un pan elaborado tradicionalmente de harina de trigo y que suele tener un agujero en el centro. Antes de ser horneado se cocina en agua brevemente, dando como resultado un pan denso con una cubierta exterior ligeramente crujiente.



Asimismo una empresa, considerada la compañía más importante del mundo en el mercado de las nueces en todas sus variedades, ha evolucionado con distintas combinaciones de sabores y texturas. Pero la última novedad consiste en procesar una mezcla de nutrientes como el ácido alfa-linolénico, proteína vegetal, fibra y antioxidantes sin aporte de sodio y solo 160 calorías por porción.

Otra propuesta innovadora es la de los crujientes de pescado elaborados con un desecho como es la piel del pescado. Una sociedad formada por cinco empresas españolas dedicadas a la fabricación de productos alimenticios acaba de lanzar al mercado sus crujientes de bacalao y salmón, con materia prima de gran calidad, métodos de elaboración artesanales y tradicionales y un producto sin conservantes, gluten ni colesterol, bajo en calorías y con todas las propiedades nutricionales del pescado, colágeno y Omega 3 incluido.

Otra empresa española (catalana) desarrolló un snack tan novedoso como exquisito, elaborado con la mejor ternera criada en granjas del pre pirineo de Girona. Cada pieza de carne se corta, marina, especia y seca con una técnica con 400 años de historia y origen sudafricano. El resultado, virutas de ternera con alto contenido en proteínas y bajo en grasas. Se comercializa en prácticas bolsitas de 40 gramos y con un especiado mediterráneo y otro picante.



Abundando en el mundo de los vegetales y de las frutas como aperitivo, encontramos la oferta de crujiente manzana, mango, piña y plátano ecológicos, los cuales se embolsan por separado, o como mezcla, sin añadirles sal ni azúcar, y sin freír ni congelar. 18 gramos equivalen a 160 gramos de producto fresco. Los orígenes de esta propuesta



se remontan a 2006, cuando nace una firma de innovación agroalimentaria cuyo objetivo es ofrecer soluciones técnicas y comerciales a las industrias agroalimentarias para desarrollar de forma sostenible nuevos alimentos gourmet-saludables.

Permite obtener un producto que mantiene sus características nutricionales, permite aumentar la vida útil y resulta más fácil de conservar y transportar.

Este tipo de productos están creciendo en todo el mundo y Argentina no es la excepción.

Con un concepto similar al anterior, se encuentra hoy en el mercado fruta fresca liofilizada para garantizar la total conservación de los nutrientes del alimento fresco. Con este proceso se pretende contribuir a la mejora de la alimentación de las personas que desarrollan su actividad cotidiana en sociedades urbanas con 'snacks' saludables, de gran calidad, crujientes y con buen sabor. La fruta fresca se mezcla con maíz, consiguiendo un alimento que puede hacernos pensar en el que tomarían los astronautas cuando están en el espacio. Envasados en cómodas bolsas de 30 gramos, cada una de éstas equivale a ingerir una pieza de fruta.

Uno de los más innovadores es una empresa italiana con el desarrollo de píldoras crujientes de auténtico queso Grana. Su envase contiene 24 g de este producto, y el cual proporciona el 50 % de las necesidades diarias de calcio de un adulto y un 38% de los requerimientos de fósforo. Elaborado sin gluten, lactosa ni aditivos. Tras triunfar en el mercado italiano, se va expandiendo a otros países.

La mayoría de estos novedosos 'snacks' son elaborados por pequeñas empresas que idean pro-



ductos que responden al ritmo de vida del siglo XXI y a las exigencias del consumidor actual. Además de la sorpresa que deben producir en el consumidor, lo sano y saludable es básico para cualquier producto que pretenda abrirse camino en un mercado de tentempiés en alza. Como resultado, el hecho de asociar en muchos casos los 'snacks' a productos excesivamente salados, grasos o poco naturales será cosa del pasado.

La necesidad de una inversión en innovación y desarrollo para la creación de nuevos 'snacks' es algo común a los nuevos productores, o a los tradicionales que buscan rejuvenecer sus empresas. Otra característica común a todos ellos es que suelen contar con débiles canales de distribución, siendo la venta online y las pequeñas tiendas de alimentos selectos la forma elegida para llegar al consumidor privado, mientras que para el sector de la hotelería sí que existen vías más estructuradas.

Por todo esto dicho anteriormente es que los snacks tienen un gran potencial de crecimiento y desarrollo haciendo que el picoteo empiece a considerarse una alternativa para cubrir necesidades en los tiempos que corren.



Fuentes consultadas

1. Pagina web. 2017[Citado 22 noviembre 2017] <http://www.savianatura.com/productos>
2. Jose Enrique Carreres. Tendencia snacking: snacks cada vez más saludables Año 2012. [Citado 21 noviembre 2017] Disponible en <http://www.ainia.es/>.
3. Mari Carmen Ramirez. La tendencia del snack on the go .Publicado 21 julio 2014. Disponible en <http://www.dietistasnutricionistas.es/>
4. Sergio Britos. Snackeo: como convertirlo en un aliado para la salud. 12/05/2016. Disponible en <http://www.infobae.com/tendencias>.
5. Maria Elisa Zapata, Alicia Roviroso, Esteban Carmuega. Patrones de snackeo de la población argentina.2015. Disponible en <http://www.cesni.org.ar>
6. Verónica Salamanco .Snacks naturales: Una nueva opción para cuando ataca el hambre en la oficina, en la escuela o en la calle. Saludables y nutritivos, estos snacks van ganando terreno en el mercado. Disponible en www.revistachacra.com.ar. Edicion 1553.
7. Pagina web.2017 [citado 21 noviembre 2017] <http://www.planter.com/productos>
8. Pagina web.2017 [citado 22 noviembre 2017] <http://www.dole.com/productos>

