

TENDENCIAS GLOBALES

2020

DEL COLOR PARA ALIMENTOS Y BEBIDAS

SENSIENT FOOD COLORS

CARNE 2.0 A PARTIR DE SEMILLAS Y VEGETALES

TENDENCIA: La demanda del consumidor continúa impulsando el desarrollo de nuevos productos en la categoría de carne a partir de plantas y vegetales, es por esto que las empresas están respondiendo a través de recetas de última generación mejor formuladas y extensiones únicas en sus líneas de producto.

IMPACTO DEL COLOR EN LOS ALIMENTOS:

A medida que la competencia en la categoría de carne a partir de vegetales y semillas crece, el atractivo visual es más importante que nunca. Predecimos una demanda creciente de tecnologías de colorantes alimentarios naturales que permitan a los desarrolladores innovar en este espacio sin sacrificar la estética visual. En nuestra bola de cristal, vemos tonos rojos naturales termoestables o marrones y blancos de fuentes naturales brillantes para productos análogos de pescado, cerdo y pollo.



CREAR ATRACTIVO VISUAL PARA CONSUMIDORES DE COMERCIO ELECTRÓNICO

TENDENCIA: Los consumidores confían en la conveniencia y flexibilidad de las compras en línea y la entrega rápida. Si bien las reseñas de productos son la principal fuente de influencia en la intención de compra del consumidor, el producto visual es otro atributo impactante. De cara al nuevo año y al futuro creciente del comercio electrónico, habrá un aumento en las opciones de envases transparentes que permitirán a los consumidores ver claramente lo que están comprando en línea, similar a una experiencia comercial.

IMPACTO DEL COLOR EN LOS ALIMENTOS:

A medida que más consumidores adoptan las compras de comercio electrónico, la apariencia visual de las ofertas de productos en línea es crítica. Tanto la investigación académica como la del

consumidor indican nuestro deseo innato de colores vivos en los productos, porque equiparamos la vitalidad a un mejor sabor y más color. Con la corriente principal de etiquetas limpias hoy en día, vemos un creciente

interés en colores naturales brillantes y productos alimenticios colorantes para ayudar a los desarrolladores a hacer que los productos sean más atractivos y atractivos desde un punto de vista en línea.



"MI" MASCOTA: LA PERSONALIZACIÓN DE LOS ALIMENTOS PARA MASCOTAS

TENDENCIA: Impulsada en gran medida por la demografía Millennial, el deseo de los consumidores de ofrecer alimentos personalizados para mascotas hechos con ingredientes de etiqueta limpia está liderando las opciones del mercado y la innovación. Desde alimentos para mascotas adultas hasta opciones de proteínas a partir de plantas y premios orgánicos para mascotas, los dueños continuarán eligiendo productos más personalizados disponibles para sus bebés peludos.

IMPACTO DEL COLOR DE LOS ALIMENTOS:

Los colores naturales de los alimentos son una excelente manera de crear diferenciación entre varias extensiones de línea y beneficios funcionales. ¡Prevedemos un creciente interés en los colores de alimentos naturales que cumplen con AAFCO en el nuevo año!



ABSTINENCIA A LA VISTA: CONSUMO REDUCIDO DE ALCOHOL

TENDENCIA: El consumo de alcohol continúa disminuyendo, especialmente entre los jóvenes que adoptan un enfoque más holístico en su salud. Los sofisticados cócteles sin alcohol continúan apareciendo en los menús de los restaurantes y los modernos bares "secos" se están popularizando por todas partes para brindar a los consumidores una reunión sin apego a la bebida social y la resaca al día siguiente. Las marcas tienen la oportunidad de innovar en torno a esta nueva tendencia de indulgencia consciente sin alcohol.

IMPACTO DEL COLOR DE LOS ALIMENTOS:

Los cócteles sin alcohol pueden distinguirse de la categoría de hard seltzer con bajo contenido de alcohol a través de colores de alimentos naturales brillantes que los consumidores esperan en su cóctel artesanal cuidadosamente mezclado que se ve en los restaurantes. El color puede ayudar a dar vida a los diferentes perfiles de sabor en cócteles, al mismo tiempo que aumenta el atractivo visual de los productos en el anaquel.



¡SORPRÉNDEME! EXPERIENCIAS INTERACTIVAS DE PRODUCTOS

TENDENCIA: Las generaciones más jóvenes prefieren y gastan más en experiencias que en productos. Las marcas fusionan cada vez más los dos (producto y experiencia) para atraer al consumidor. Desde kits para hornear hasta snacks divertidos, vemos innovación en 2020 centrada en convertir productos ordinarios en experiencias de productos interactivos, multisensoriales y únicos.

IMPACTO DEL COLOR DE LOS ALIMENTOS: Los tonos vibrantes, las combinaciones de colores, las inclusiones y las sensaciones brindan a los desarrolladores de productos la oportunidad de crear experiencias únicas que estimulan los sentidos.



Sources:
<https://www.amazon.com/Black-Forest-Organic-Gummy-Bears/dp/B01AP9DVK0>
<https://www.amazon.com/Beyond-Meat-Sausage-Original-PARENT/dp/B07B6H4V51>
<https://www.ohbitait.com/2019/08/Sparkling-ice-7.html>
<https://www.paodecauca.com/produto/447313/hamburguer-de-carne-vegetal-futuro-burger-230g>
<https://c.tribune.com.pk/2016/01/1031647-kinder-1453353509.jpg>
<https://e30451.pcdn.co/wp-content/uploads/2018/02/Beyond-meat-new-facility-header-1500x800.jpg>
<https://www.mensjournal.com/food-drink/beyond-meats-new-vegan-sausage-tastes-like-real-meat/>
<http://agrodeal.com.br/wp-content/uploads/2019/05/Bifinho-palito-pettos-1kg-R3161.jpg>
<http://www.shenalovessunsets.com/kessert-museum/>
<https://www.petco.com.mx/petco/en/MARCAS/Un-Dos-Treats/Un-Dos-Treats-Premio-Sabor-Tamales-155-Gr/p/125390>
<https://www.blackforestusa.com/>
<https://www.bostonglobe.com/lifestyle/food/2019/08/28/the-places-seuss-exhibition-hitting-road-477ChWqCib9l9pzyY1HhK/story.html>
<https://www.usatoday.com/story/2019/09/06/incogmeato-kellogg-latest-company-launch-fake-meat-products/2230147001/>
<https://www.gardengourmet.de/veggie-zutaten/garden-gourmet-incredible-hack>
<https://www.tasteofhome.com/article/veggie-unicorn-morsels/>
<https://www.nestleprofessional.us/food/nestle-toll-house>
<https://www.mintel.com>