

ESCOLHENDO CORRETAMENTE O INGREDIENTE DE FIBRA: “O CINCO CS”

No mercado atual de comidas e bebidas, os fabricantes estão navegando por uma maré de constante mudança na demanda dos consumidores por melhores opções. Saúde digestiva. Menos açúcar. Menos calorias. Rótulos mais claros. Colesterol baixo. E a lista continua. Então, como podemos atender a essas demandas por saúde e bem-estar sem sacrificar o sabor e a textura que os consumidores esperam?

Embora existam muitos ingredientes que possam ajudar a atingir a funcionalidade e exigências específicas, há um herói desconhecido no conjunto de ferramentas da ciência de alimentos que pode ajudar a atingir a maioria, se não tudo isso - a fibra.

As fibras não ajudam apenas os fabricantes a comercializar produtos melhores para você, elas também podem ajudar a resolver desafios significativos de formulação. Mas nem todas as fibras são iguais. Na Tate & Lyle, ajudamos os fabricantes a determinarem a melhor opção de fibra, usando critérios que chamamos de “Os cinco Cs”: sentimento do consumidor, conforto digestivo, rótulos mais claros, *claims* nutricionais e custo em uso.

SENTIMENTO DO CONSUMIDOR (CONSUMER SENTIMENT)

Enquanto os consumidores estão interessados na saúde e bem-estar, o sabor continua a ser a questão principal para os consumidores. De fato, 75% dos consumidores em 25 países dizem que o sabor é o fator principal na hora da compra¹. Outros atributos sensoriais, como cor e textura, também irão fazer ou quebrar a experiência alimentar dos consumidores. Fibras com sabor, cor neutra e textura sem aspereza aumentarão a aceitação geral do consumidor de produtos acabados.

CONFORTO (COMFORT)

Fabricantes são desafiados a oferecer os benefícios da nutrição enriquecida com fibra que os consumidores exigem, mas algumas fibras, particularmente em níveis altos de inclusão, podem causar desconforto digestivo. Por exemplo, a fibra de milho solúvel da Tate & Lyle oferece mais de duas vezes a tolerância digestiva da inulina^{2,3}. Pesquisa mostra que podem ser consumidas até 65 gra-

mas por dia sem desconforto, bem acima da ingestão de fibra diária recomendada.

RÓTULO LIMPO (CLEAN LABEL)

Há uma tendência crescente ao redor do mundo pelo consumo de alimentos e bebidas com ingredientes compreendidos e reconhecidos pelo consumidor final. Globalmente, 25% dos lançamentos de novos produtos foram posicionados como “rótulo limpo” em 2014⁴. Dependendo do seu público alvo, a seleção de uma fibra que ofereça opções de rotulagem favoráveis aos consumidores pode oferecer os atrativos adicionais necessários para impulsionar as vendas do produto.

ALEGAÇÕES NUTRICIONAIS (CLAIMS)

Como mencionado anteriormente, as fibras podem ajudar os fabricantes de alimentos e bebidas a atingir muito mais do que o conhecimento da embalagem. Seus benefícios nutricionais inerentes

misturados aos benefícios funcionais versáteis tornam possível uma variedade de exigências. De “manutenção do colesterol saudável”, com beta glucana da aveia, a “sem açúcar”, com polidextrose, a escolha da fibra certa pode fornecer essa vantagem extra na prateleira do supermercado.

CUSTO EM USO (COST IN USE)

A estabilidade das fibras é variável, o que pode afetar o custo de seu uso. Ao formular usando fibras com baixa estabilidade, os fabricantes precisam compensar pelas fibras perdidas devido ao calor elevado e cisalhamento durante o processamento, ácido em sistemas de baixo pH e longa vida de prateleira. A escolha de uma fibra com estabilidade superior pode resultar em uma fabricação mais eficiente.

Ao passo que as fibras são extremamente versáteis, elas não são criadas da mesma forma. Os fabricantes devem se associar a um fornecedor com um portfólio completo de opções de fibra para ter acesso aos “5 Cs” e determinar a melhor opção para sua aplicação e público alvo.

REFERÊNCIAS

- ¹ Buzzback ‘What’s healthy?’/
Roper Reports Worldwide 2011
Q11 (single year core 25 countries)
- ² B. Housez, M. Cazaubiel, C. Vergara,
J.M. Barde, A. Adam, A. Einerhand, P.
Samuel, “Evolução da Tolerância Digestiva de uma Fibra de Milho Solúvel”,
J Hum Nutr Diet 2012, 25:488-496.
- ³ B. Housez, M. Cazaubiel, C. Vergara,
J.M. Barde, A. Adam, A. Einerhand, P.
Samuel, “Evolução da Tolerância Digestiva de uma Fibra de Milho Solúvel”,
J Hum Nutr Diet 2012, 25:488-496.
- ⁴ Innova Market Insights, 2015.

* Courtney Kingery é diretor de Gestão Global de Produtos para a plataforma de Saúde e Bem-estar da Tate & Lyle.



TATE & LYLE

Tate & Lyle Brasil S.A.
Tel.: (11) 5090-3952
www.tateandlylefibres.com