

# *Etiqueta Limpia y el Consumidor*

## Productos Cárnicos



Leading to Better





## Acercas de

En “El consumidor y la Etiqueta Limpia”, un estudio en Latinoamérica realizado por Kerry, evaluamos el creciente interés y expectativas de los consumidores hacia productos con mejores ingredientes, mejor valor nutricional y que aseguren la sustentabilidad, en las diferentes categorías de productos alimenticios.



Ingredients



Nutrición



Sustentabilidad



Confianza



Kerry  
Nutrition

## Panorama en la industria cárnica

La industria cárnica actualmente enfrenta diversos desafíos que modifican patrones de consumo de sus productos.

En temas relacionados a salud, diversas organizaciones como el Foro Mundial para la Investigación del Cáncer y la Organización Mundial de la Salud, han recomendando una disminución en el consumo de carnes rojas y carnes procesadas<sup>1 2</sup>;

Por otro lado, cuestiones relacionados a la sustentabilidad y cuidado del medio ambiente han intensificado una tendencia de dietas veganas, vegetarianas y flexitarianas, en las que se limita el consumo de productos de origen animal.

Gracias a la facilidad de acceder a la información e intercambiarla entre personas a través de internet, con más de 65% de las personas en Latinoamérica con acceso al mismo<sup>3</sup>, se ha impulsado la búsqueda y demanda por parte del consumidor de productos que brinden confianza y transparencia en todos los procesos llevados a cabo antes de adquirir un producto terminado.

# Productos Cárnicos



# Lectura de etiquetas y consumo de productos cárnicos

Actualmente, 8 de cada 10 Latinoamericanos leen las etiquetas de los productos que consumen, dentro de los elementos revisados con mayor frecuencia se encuentra la información de las tablas nutrimentales, el contenido total de azúcar y el listado de ingredientes.

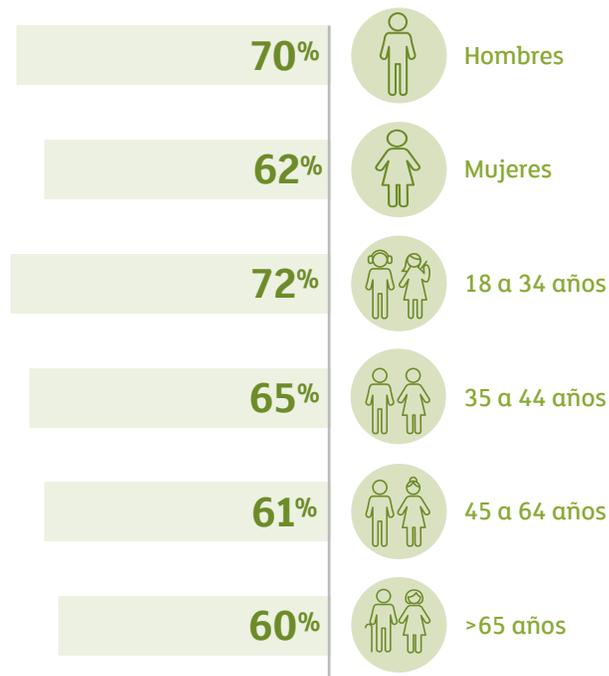
De acuerdo a los entrevistados, la categoría de cárnicos es la tercera más consumida por los Latinoamericanos, después de productos lácteos y de panificación, con un 88% reportando consumir éstos productos al menos una vez en el último mes y teniendo una mayor frecuencia de consumo en el sexo masculino y en las personas de 18 a 34 años.



**49%** de los entrevistados que leen la información nutrimental, revisan el **contenido de sodio** de los productos



## Consumo de Cárnicos en la última semana LATAM



Fuente: Kerry Intelligence - "El consumidor y la etiqueta limpia"

**Solamente 2 de cada 10 consumidores entiende los ingredientes de un producto**





de los Latinoamericanos consideran que es importante que los productos cárnicos sean elaborados con ingredientes aceptables

Fuente: Kerry Intelligence - "El consumidor y la etiqueta limpia"

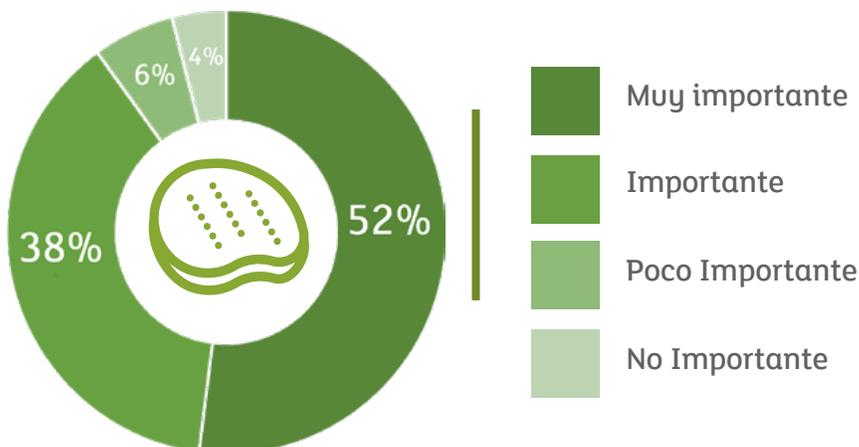
## Elaboración de cárnicos con ingredientes aceptables

Para el consumidor de cárnicos, los ingredientes con los que se elaboran los productos son altamente relevantes, ya que **es la categoría de alimentos a la que mayor importancia se le da al contenido de ingredientes**, considerados como aceptables, de acuerdo a los entrevistados, los ingredientes de origen natural.

En países como Guatemala, México, Colombia y Costa Rica más del 92% de los consumidores de productos cárnicos consideran que es importante que éstos productos sean elaborados con ingredientes aceptables y más del 60% en Latinoamérica considera que esto tiene un impacto fuerte en la elección de los productos.

Para el consumidor, los ingredientes aceptables son aquellos que son de origen natural, frutas y verduras, ingredientes orgánicos, entre otros.

El uso de estos son asociados con productos más saludables o nutritivos.



Fuente: Kerry Intelligence - "El consumidor y la etiqueta limpia"

## Principales ingredientes No aceptados en productos cárnicos por país, 2018

	Saborizante ahumado	Nitratos/Nitritos	Colorante caramelo	Glutamato monosódico	Colorantes
	Nitratos/Nitritos	Diacetato de sodio	Glutamato monosódico	Metabisulfito de sodio	Jarabe de maíz alto en fructosa
	Nitratos/Nitritos	Glutamato monosódico	Diacetato de sodio	Metabisulfito de sodio	Fosfatos
	Nitratos/Nitritos	Diacetato de sodio	Glutamato monosódico	Metabisulfito de sodio	Almidón modificado
	Nitratos/Nitritos	Glutamato monosódico	Diacetato de sodio	Sabor humo	Metabisulfito de sodio
	Nitratos/Nitritos	Diacetato de sodio	Glutamato monosódico	Metabisulfito de sodio	Jarabe de maíz alto en fructosa

### Ingredientes no aceptados en productos cárnicos

Fuente: Kerry Intelligence - "El consumidor y la etiqueta limpia"

Adicional a la inclusión de ingredientes aceptables, actualmente **existe una aversión hacia ingredientes que el consumidor considera como no aceptables y que evita al hacer una compra de un alimento cárnico**; dentro de estos ingredientes los principales son nitratos y nitritos, glutamato monosódico, diacetato de sodio y metabisulfito de sodio.

### Tendencia de etiqueta limpia en el mercado Latinoamericano

La percepción que tiene el consumidor hacia ciertos ingredientes, ha generado como respuesta un incremento en el número de lanzamiento de productos en el mercado con claims como "Sin aditivos/conservadores artificiales", "100% natural", "Sin nitritos añadidos", "Reducido/Bajo en sodio", "Sin glutamato monosódico", entre otros <sup>4</sup>.

Es una necesidad de la industria responder y brindar productos con atributos de etiqueta limpia que atiendan las necesidades de los consumidores; sin embargo, es importante educar al consumidor en que la seguridad e inocuidad alimentaria es prioridad aun en la sustitución de ingredientes, de forma que se asegure un balance en la oferta de productos inocuos, seguros, más naturales y con menos adición de ingredientes artificiales, brindando productos alimenticios que fortalezcan la confianza entre el consumidor y la industria.



Los **nitratos y nitritos** son los principales ingredientes considerado como **No Aceptables** en los productos cárnicos



Soluciones de Kerry para  
productos cárnicos con  
etiqueta limpia

# Soluciones de Kerry para productos cárnicos con etiqueta limpia



Reconocemos que el consumidor de hoy está buscando productos en los que pueda confiar, alimentos más naturales y con mayor valor nutricional. Los clientes de todas las categorías y canales están innovando y evolucionando para mantenerse por delante de las necesidades cambiantes de los consumidores.

**En Kerry**, balanceamos las demandas del consumidor con soluciones funcionales, seguras y sustentables que no comprometen el sabor y nutrición de los productos, apoyando a nuestros clientes a resolver los desafíos de etiqueta limpia en diferentes formas, desde reduciendo o simplificando listas de ingredientes, hasta reposicionando una marca completa.

Conoce las diferentes formas en las que podemos ayudarte a alcanzar la necesidades de tu consumidor:

## Accel™

Fermentado de apio en polvo, que participan en el proceso de curado y conservación de carnes procesadas.

### Beneficios:

- Reemplaza nitritos de sodio
- Declarado como fermentado de extracto de apio en polvo

## Durafresh™

Línea de conservadores naturales derivados de procesos de fermentación.

### Beneficios:

- Reemplaza sobatos, benzoatos y lactatos de sodio y potasio
- Declaración Limpia



## Soluciones Antimicrobianas

Soluciones con alta concentración de compuestos antimicrobianos para preservar los productos cárnicos frescos y procesados

### Beneficios:

- Reemplaza: Conservadores artificiales
- No aporta sabor ni color característico de los humos
- Declarado como sabor

## TasteSense™

Moduladores que contribuyen a la reducción de sodio al incrementar la percepción de sabores salados..

### Beneficios:

- Reduce: Contenido de sodio-Declaración Limpia
- Enmascara resabios metálicos de otras sales
- Declarado como sabor natural

*Taste*  
**Sense™**



## Sabores Naturales

Portafolio de sabores y extractos naturales.

### Beneficios:

- Reemplaza: Sabores artificiales
- Declaración de origen natural

## Adición de positivos

Los consumidores buscan cada vez con mayor frecuencia productos que les ofrezcan funcionalidad o nutrimentos positivos, para lo cual Kerry cuenta con diversas soluciones:

- Proteínas lácteas y vegetales
- Fibras
- Probióticos
- Frutas y verduras en polvo
- Ingredientes para soporte del sistema inmune
- Entre otros

Para más información acerca del estudio y/o del portafolio de soluciones, contáctanos a través de

<https://kerry.com/latam-es/>

*Authentic*  
**Savoury™**

*Simply Nature*

  
**wellmune®**



kerry.com

Kerry Proprietary Consumer Research 2019

**KERRY**

## Referencias:

1. World Health Organization (WHO); 2015; Carcinogenicity of consumption of red and processed meat. Disponible en: <https://www.who.int/features/qa/cancer-red-meat/es/>.
2. Bouvard V; Loomis D; Guyton KZ; Grosse Y, Ghissassi FE, Benbrahim-Tallaa L, Guha N, Mattock H, Straif K, International Agency for Research on Cancer Monograph Working Group. Carcinogenicity of consumption of red and processed meat. *Lancet Oncol.* 2015;16(16):1599-600.+
3. Internet World Stats; 2018; Latin American Internet Usage Statistics. Disponible en: <https://www.internetworldstats.com/stats10.htm>
4. Mintel GNPD, Processed Fish and meat products, Latin America, 2014-2019.
5. Kerry Intelligence; El consumidor y la etiqueta limpia: Un estudio hecho en Latinoamérica; 2019

