

MUNDO CONGELADOS

Nuevas tendencias alimentarias influyen en el aumento del mercado de congelados en EE.UU.

El informe anual "Future of Frozen Food 2025" estima que las ventas de estos productos alcanzará los US\$ 91 mil millones este año.

VALENTINA PIZARRO B.

Un mercado en alza. Esta es la realidad de los productos congelados, al menos en Estados Unidos. Diversas razones demuestran que estos alimentos están siendo una de las soluciones alimentarias preferidas, sobre todo para la generación Z (nacidos entre 1997 y 2012) y los *millennials* (1981-1996). Así lo demuestra el estudio "Future of Frozen Food 2025", elaborado por Conagra Brands, con sede en Chicago. El informe destaca que este mercado está creciendo en respuesta al cuidado moderno de la salud, la preferencia por vivir experiencias gastronómicas en casa, las nuevas tendencias globales de alimentación, la inclinación por los alimentos en formato bocados y de menor tamaño, y la irrupción de los alimentos aliñados y picantes.

"La versatilidad de los productos congelados, especialmente vegetales, también muestra una positiva alza, ya que pueden ser utilizados en varios platos como sopas, ensaladas, burritos, tacos, para untar y como guarniciones", consigna el informe.

Añade que los consumidores buscan productos congelados que satisfagan y cuiden su salud intestinal, además de preocuparse del



LAS NUEVAS GENERACIONES impulsan un aumento del 54% en las ventas de alimentos congelados.

control de las porciones y las necesidades asociadas al diagnóstico de enfermedades como diabetes del tipo 2 y obesidad, que actualmente afectan a la población estadounidense. En esta línea, los alimentos congelados con probióticos e ingredientes ricos en nutrientes han crecido un 33% durante los últimos tres años.

A esto se suma que el interés

por degustar sabores diversos del mundo también está creciendo. La cocina india, mexicana o japonesa están en auge. "Las generaciones más jóvenes tienen una fuerte preferencia por las comidas picantes. De hecho, la generación Z tiene un 48% más de probabilidades de comprar comidas congeladas picantes", explica el informe.