

# U.S. FOODLINK

El boletín bimestral para los importadores de alimentos USA

Vol. 21 No. 3



## Cuatro Innovaciones en Proteínas Alternativas a Base de Plantas ESTAN AUMENTANDO

En la actualidad, una considerable mayoría de consumidores estadounidenses se esfuerza por aumentar su ingesta de proteínas. Este cambio ha abierto el camino para ampliar las oportunidades de innovación en productos Altos en Proteína - de tipo estándar como alternativas a base de plantas- para fabricantes y exportadores del sector alimentos y bebidas.

**Aquí platicamos de algunas de las últimas tendencias, innovaciones y cambios en las pautas y preferencias de los consumidores a las que hay que prestar atención.**

### **1 Avances en Sabor y Textura de la Carne Alternativa**

El sector de las proteínas alternativas ha evolucionado rápidamente en los últimos años, impulsado en gran medida por la creciente demanda de los consumidores, de alternativas sostenibles y de alta calidad a los productos animales tradicionales. Sin embargo, uno de los obstáculos más importantes a la hora de desarrollar carnes a base de plantas, es replicar la textura, la estructura y el sensación, que los consumidores esperan de la carne convencional.

Aunque los fabricantes han recurrido históricamente a aditivos funcionales como la metilcelulosa, los hidrocoloides y los almidones para lograr este objetivo, estos ingredientes pueden presentar a menudo comportamientos dependientes de la temperatura que dan lugar a productos que no siempre cumplen las expectativas de textura, según Anatolii Utkin, experto en tecnología alimentaria y científico principal de Novonesis.

“La metilcelulosa forma un gel al calentarse, que se disipa al enfriarse, mientras que los hidrocoloides se gelifican en frío, pero pierden funcionalidad al calentarse”, explica Utkin, quien añade que los recientes avances en la categoría de la carne de

(Continúa en pag. 2)



**Food  
Export**  
Midwest USA™



[www.foodexport.org](http://www.foodexport.org)

origen vegetal se han enfocado en superar los problemas de textura inherentes a las fórmulas de proteínas de no animales.

“Una innovación revolucionaria de Novonesis consiste en la aplicación de una nueva enzima transglutaminasa, que entrecruza los aminoácidos de las proteínas a base de plantas, para crear una textura estable, similar a la la carne, a distintas temperaturas”, añadió Utkin.

## 2 Combinación de Múltiples Tecnologías en la Producción de Proteínas Alternativas

Otra tendencia clave que hay que observar en el sector de las proteínas alternativas, es la integración de muchas tecnologías diferentes, como la extrusión, la impresión 3D, la fermentación de precisión y la fermentación de la biomasa, en la producción de proteínas alternativas, según Jack Ellis, Director de Operaciones de Investigación Agrícola y Alimentaria de Cleantech Group.

“Los métodos a base de plantas, derivados de fermentación, y cultivos celulares, se han considerado convencionalmente como tres medios de tecnología que compiten entre sí, para alcanzar el mismo objetivo: proteínas no-animales”, afirmó Ellis, “pero ya estamos viendo cómo se complementan entre sí, y es probable que algunas o todas estas tecnologías, sean utilizadas juntas en un mismo producto final.”

La alternativa a base de plantas para la carne de vacuno de Impossible Foods es un ejemplo de este fenómeno: se elabora principalmente con proteína de soja, pero también contiene leghemoglobina, un ingrediente que imita la sangre de la carne de res de matadero, y que se produce mediante fermentación de precisión.

GOOD Meat, un producto de pollo cultivado desarrollado por Eat Just, es un segundo ejemplo. Aunque las primeras versiones del producto contenían alrededor de un 70% de células de pollo cultivadas, Ellis afirma que el coste de fabricarlas a escala comercial habría sido astronómico debido a los gastos asociados a los medios de crecimiento, los biorreactores, las autorizaciones reglamentarias y otros factores involucrados.

“Para reducir drásticamente esos costos y equipararlos a los de la carne convencional, la versión más reciente contiene alrededor de un 3% de células de pollo cultivadas, y el 97% restante consiste en proteínas y aceites a base de plantas”, explica Ellis. “Entonces, ¿es técnicamente un producto de carne cultivada, o un producto de carne a base de plantas? Es ambas cosas”.

Según Ellis, este enfoque es una práctica habitual en la producción de carnes procesadas convencionales, donde los ingredientes de origen vegetal, como los aglutinantes y rellenos, son relativamente comunes.

## 3 Nuevos Tipos de Proteínas Completas No-animales

Recientemente, se ha observado en los Estados Unidos, un ligero aumento de las fuentes de proteínas completas a base de plantas. Esto significa que contienen los nueve aminoácidos esenciales necesarios para una salud humana óptima, lo que es importante para las personas que siguen dietas a base de plantas, ya que la mayoría de las

proteínas vegetales no entran en la categoría de “completas”, y deben combinarse con proteínas vegetales adicionales para lograr una combinación que contenga los nueve aminoácidos esenciales. La Lenteja de Agua o Lemna, una planta acuática también conocida como Duckweed, que duplica su masa cada 48 horas, es un ejemplo de fuente de proteína vegetal completa que ha surgido últimamente. Plantible Foods, una empresa emergente que aprovecha un sistema de acuicultura integrada verticalmente para cultivar esta Lenteja de Agua, recientemente recaudó 30 millones de dólares, en la ronda de financiación de Serie B, para ampliar la producción de su granja de 57 hectáreas en Texas. Esta empresa fue la primera en descubrir la enzima natural RuBisCO, que extrae de la lenteja de agua para desarrollar productos como Rubi Whisk, un sustituto de huevo a base de plantas.

Además de las proteínas en polvo y los sustitutos del huevo para alimentos funcionales, la Lenteja de Agua también se está incorporando a alternativas de mariscos a base de plantas, para reproducir el sabor y la textura del pescado, y las empresas también la han fermentado para mejorar su digestibilidad y sabor.

La Soleína, un nuevo tipo de proteína descubierta en la naturaleza nórdica, es otro ejemplo de proteína completa innovadora que no procede de productos animales. De hecho, se compone de un organismo unicelular que se cultiva con dióxido de carbono e hidrógeno y puede producirse con energía renovable, materiales aéreos y pequeñas cantidades de los mismos minerales que las plantas obtienen del suelo a través de sus raíces.

El pasado mes de septiembre, la empresa finlandesa de tecnología en alimentos Solar Foods, obtuvo la aprobación de la FDA – Agencia de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos, para introducir Solein en el mercado estadounidense, y el ingrediente ya se ha abierto camino en la categoría de bienes de consumo, a través de una asociación entre Solar Foods y KelpEat, una empresa emergente de algas, que incorporó el ingrediente a galletas saladas que contienen más de 35% de proteínas.

## 4 Nuevas Formas de Alternativas a los Lácteos a Base de Plantas

En el pasado, la mayoría de los fabricantes de alternativas a los lácteos, utilizaban ingredientes como la soja, almendras y coco, y aunque estos ingredientes siguen siendo lo de costumbre en el sector, otras alternativas han completado la categoría en los últimos años.

Los Tater Cheezz Nuggets, hechos por ARK34 Ltd., que incorporan el queso a base de papa de Aviko Rixona, supuestamente la primera alternativa al queso hecho a base de plantas disponible en el mercado, fueron nombrados Mejor Producto Congelado en Gulfood 2025, y el boxeador convertido en inversor Mike Tyson, estrenó recientemente un postre cubierto con helado a base de papa, en Mr. Charlie's, una cadena de comida rápida conocida como el “McDonald's vegano.”

Además de las papas, las lentejas también han surgido como base para sustitutos lácteos como las nuevas Supreme Coffee Creamers de Violife, y la alternativa a la crema batida espesa de Country Crock, al igual que las semillas de sandía en MILKish de Força Foods, que es la primera leche elaborada con semillas de sandía del mundo.





# Caso de Estudio: Violife Resuelve los Retos de los Substitutos de Crema para Café, con Lentejas

El fabricante de queso sin lácteos Violife acaba de lanzar una línea de Substitutos de Crema para Café a base de lentejas, Violife Supreme Coffee Creamers. Según Meryem Leyoussi, líder comercial y de marca en Flora Food Group, la inspiración para la fórmula a base de lentejas surgió de una amplia ronda de investigación y desarrollo enfocada en resolver uno de los mayores problemas de los consumidores con los substitutos de crema a base de plantas: la separación en el café.

“El gran avance se produjo cuando perfeccionamos un método de proceso patentado, que aprovecha las propiedades naturales de la proteína de la lenteja, para crear esa textura rica y suave que tanto desean los consumidores,” explica Leyoussi.

## Sabor, Textura y Rendimiento

Violife optó por utilizar lentejas en los substitutos de crema para café, por su sabor neutro, que permite que las tres variedades de sabor -Vainilla Tentadora, Caramelo Seductor y Original Audaz- realmente brillen. La marca también eligió las lentejas por sus excepcionales propiedades emulsionantes, que permiten que las cremas de café se mantengan cremosas y perfectamente suaves, sin separarse ni cuajarse a mitad del proceso.

Leyoussi afirma que la fórmula derivada de las lentejas, es notablemente estable al calor y consistente, en aplicaciones de café caliente y café helado, resolviendo así otro reto común asociado con los substitutos de crema libres de lácteos.

Otra ventaja de la fórmula de lentejas, es que no contiene alérgenos alimentarios importantes como frutos secos y soya, además de los lácteos, lo que la hace accesible a consumidores con necesidades dietéticas específicas.

Según Leyoussi, la respuesta inicial de los consumidores ha sido abrumadoramente positiva. Los productos han cosechado elogios por su sabor, su capacidad para mezclarse y su rica textura, y la marca ha registrado un alto índice de repetición de compra, lo que considera el “voto de confianza definitivo.”

## Alianzas Estratégicas y Promoción

Para correr la voz, la marca lanzó en Estados Unidos una campaña de marketing titulada Creamy Confessions, en la que participaron una serie de estrellas de los reality shows, influencers en redes sociales y creadores de contenido en línea.

“Queríamos crear una campaña divertida y cercana, que pusiera a abordar las dudas que la gente suele tener a la hora de hacer el cambio, y al mismo tiempo, mostrara que Violife llegó para comprometerse. Con nuestras nuevas Supreme Coffee Creamers, no hay sacrificio - sólo mañanas suaves, indulgentes y cremosas”, dijo Leyoussi.

Una vez que Violife identificó su ángulo narrativo, la marca buscó personalidades que pudieran darle vida de forma auténtica.

“Chrishell Stause, -que no consume lácteos, resuena entre los fans que aprecian la franqueza y la autenticidad, mientras que Bozoma Saint John representa la confianza en la toma de decisiones y la audacia. Sasha Farber aporta una energía lúdica, y los recientes titulares sobre su relación, crean un vínculo natural con nuestro tema del “compromiso””, explicó Leyoussi.

Violife también se asoció con creadores de contenidos enfocados en el café, como Noah Stern, así como con creadores de estilos de vida más amplios, como Amanda Cerny y Alyssa Lauren, que atraen al público interesado en el veganismo.

La campaña también incluye activaciones presenciales con muestras del producto y eventos interactivos como “confesionarios”, en los que se invita a los asistentes a escribir sus propias “confesiones cremosas”, para tener la oportunidad de aparecer en la campaña publicitaria digital.

“Hemos observado un giro interesante en las conversaciones con los consumidores: cada vez más personas mencionan en su feedback específicamente el beneficio de la no-separación, lo que demuestra que el mensaje de nuestra campaña está resonando y ayudando a los consumidores a articular lo que les gusta del producto,” afirma Leyoussi.

## Perfiles Estatales del Centro y Noreste USA







## Bollygood

*Indianapolis, Indiana*

Bollygood es la primera limonada gasificada, inspirada en los sabores de India, que ofrece un refrescante y moderno giro a la clásica limonada Nimbu Pani. La receta, heredada de la abuela de Maxine, fundadora de Bollygood, que contenía originalmente 40 gramos de azúcar. Aunque Maxine se crió en Canadá, sus padres emigraron de la India en los años sesenta, y ella pasó muchos de los veranos de su infancia en India. Inspirándose en su vida entre Asia y Occidente, Maxine creó una versión más sana y espumosa, con sólo 50 calorías por lata y 7 g de azúcar añadida, y orgullosamente verificada por el Proyecto Non-GMO.

Bollygood resuena con los consumidores curiosos de otras culturas y a los que cuidan por su salud, ofreciendo cuatro sabores distintos: Limón Jengibre Menta, Lima Albahaca Comino, Limón Granada Cardamomo y Limón Mango Cúrcuma. Como empresa certificada propiedad de mujeres y minorías, Bollygood se compromete a difundir la alegría y celebrar la cultura a través de sus bebidas. Ahora disponible en las principales cadenas de supermercados de los Estados Unidos, Bollygood ofrece una experiencia dulce y burbujeante que captura el vibrante espíritu de la India.



## ZeroCarb Inc.

*Fishers, Indiana*

ZeroCarb LYFE - A New Standard in Low-Carb Eating - ZeroCarb LYFE está redefiniendo lo que significa comer sano. Con sede en Fishers, Indiana, estamos especializados en alimentos ricos en proteínas y sin carbohidratos, diseñados para satisfacer las necesidades de los consumidores de hoy, preocupados por su salud. Gracias a una innovadora tecnología alimentaria, hemos desarrollado cortezas de pizza a base de pollo y LYFE Chips, que ofrecen una alternativa que satisface sin comprometer el sabor ni la textura.

Diseñados para personas que siguen dietas bajas en carbohidratos, keto y ricas en proteínas, nuestros productos ofrecen una forma fácil y agradable de tomar mejores decisiones de consumo. Ya sea en retail, foodservice, o directamente al consumidor, ZeroCarb LYFE sigue creciendo como opción de confianza para quienes buscan indulgencia y nutrición en cada bocado.

Enfocándonos en la calidad, sencillez e innovación, ayudamos a los consumidores a adoptar un estilo de vida en el que las opciones más saludables son accesibles y deliciosas.

Para más información, visite [zerocarblyfe.com](http://zerocarblyfe.com)



## Chicken Soup for the Pet Lover's Soul, LLC

*Cos Cob, Connecticut*

Una gran inspiración, proviene de muchas partes. Para esta marca tan querida, fue la lectura de miles de historias enviadas para sus libros **Chicken Soup for the Pet Lover's Soul** - Sopa de pollo para el alma de los que Aman a sus Mascotas. Historias reales sobre el amor incondicional les inspiraron para crear comida natural y premios de primera calidad para gatos y perros, durante más de 20 años.

Las recetas libres de granos de Chicken Soup for the Soul Grain Free, tienen como ingrediente principal carne de verdad, sin subproductos, colorantes artificiales ni conservadores. No contienen maíz, trigo ni soja. Sus recetas están diseñadas para mascotas con estómagos sensibles; fibra probiótica para ayudar a mantener un intestino sano; taurina para ayudar a la salud del corazón y a la vista; Omegas 3&6 para ayudar a mantener una piel y pelo sanos; Antioxidantes para la salud inmunitaria, sin olvidar su gran sabor, para todas las etapas de la vida de su mascota.



## Del's Lemonade & Refreshments Inc.

*Cranston, Rhode Island*

Del's Lemonade es una empresa familiar de segunda generación con raíces italianas que se remontan a la década de 1840 en Nápoles. Del's, que empezó a funcionar oficialmente en 1948 en Cranston (Rhode Island), se ha convertido en un nombre muy conocido en Rhode Island en los últimos 75 años. Especializados en franquicias de bebidas congeladas en Rhode Island y otros estados de los Estados Unidos, somos una fantástica opción para el verano. A pesar de esta demanda aparentemente estacional, también tenemos líneas de productos que el consumidor puede adquirir para disfrutar en cualquier momento y lugar. Con la venta de zumos embotellados, bebidas carbonatadas en lata y kits para llevar a casa, con los que los clientes pueden preparar la clásica limonada helada Del's con sólo hielo y una batidora, hemos hecho posible que los fans de Del's, puedan disfrutarla en cualquier época del año.

Los productos que promovemos actualmente para exportación, son las mezclas para llevar a casa. Actualmente ofrecemos kits individuales de 2 onzas, así como kits de 454 grs., y packs con 8 kits de 2 oz. Los sabores que tenemos son: limonada, sandía, mora azul, durazno-mango, mandarina-naranja y chocolate oscuro helado. Los seis sabores están disponibles en variedades de 2 onzas, mientras que los paquetes múltiples están disponibles en limón, sandía, arándano, melocotón-mango y un paquete con los cuatro sabores.



## Fat Boy Natural BBQ

*Lincoln, Nebraska*

Fat Boy Hickman's BBQ es una línea de productos creados para mejorar cada comida y experiencia de hacer un asado. Nacidos de las competencias de parrilleros, e incorporados en 2002, Fat Boy BBQ se creó para comercializar condimentos utilizados en las competencias. Las habilidades adquiridas en estas competencias y los conocimientos obtenidos de otros expertos en BBQ, nos llevaron al desarrollo de nuestros productos de BBQ totalmente naturales.

Después de viajar por gran parte de los Estados Unidos nos educamos sobre las ventajas de utilizar condimentos para asar y ahumar carnes y mantenerlas jugosas y tiernas. Después de utilizar varios rubs para carnes ya disponibles en el mercado, desarrollamos uno más adecuado para nuestra operación. A medida que más y más gente se familiarizaba con nuestras carnes asadas y ahumadas, la solicitud de comprar el rub se hizo más frecuente, y creamos la empresa para comercializarlo.

Con el tiempo, este rub evolucionó hasta convertirse en nuestra línea actual de siete rubs, varios de los cuales han ganado premios nacionales. Cada uno de ellos se distingue por su sabor, nivel de picante y textura. Nuestros aliños sellan la superficie de la carne para ofrecer un producto jugoso y sabroso.

Impulsada por la popularidad de nuestros rubs, la empresa se expandió para incluir un nuevo concepto de salsas BBQ. A diferencia de otras salsas del mercado, nuestra variedad de seis salsas de estilo Kansas City Southern y Southwest, son espesas, llenas de condimentos, y una plenitud de sabor que deleita los paladares.



## Hudson Exports Inc.

*Edison, New Jersey*

Hudson Exports es un consolidador y distribuidor internacional de Alimentos USA, con sede en Nueva Jersey. Trabajamos con retailers en más de 18 países de todo el mundo, para ayudar a nuestros socios a satisfacer sus necesidades de productos de gran consumo fabricados en Estados Unidos.

Productos: Kellogg's, Starbucks, Ocean Spray, Lays Stax, Arizona, Karmalize, Munk Pack, Lundberg, Walden Farms, Herr's, Brad's.

**Para mayor información sobre estos u otros productos destacados, por favor escriba a: [FoodLink@foodexport.org](mailto:FoodLink@foodexport.org)**



## Little Rhody Foods, Inc.

*Foster, Rhode Island*

¡Descubra el sabor local de Rhode Island con Little Rhody Foods! Situada en la zona rural de Foster, Rhode Island, Little Rhody Foods (LRF) es una destacada distribuidora de alimentos de alimentos locales de primera calidad y deliciosos. Estos alimentos incluyen una variedad de huevos, incluida su línea premium, Little Rhody Natural Eggs.

Como proveedor de alimentos locales premium, LRF mantiene un alto nivel de calidad a la hora de seleccionar los mejores alimentos y bebidas para suministrar a las tiendas locales. Una marca popular de Rhode Island dentro de la familia Little Rhody Foods, es Del's® Lemonade. Una de las bebidas más nuevas de Del's® es Sparkling Del's®, disponible en sabores Limonada y Naranja-Mandarina. Encuentra y disfruta de esta refrescante bebida disponible en varias tiendas locales del Sur de Nueva Inglaterra.

Para más información sobre Little Rhody Foods y sus otros productos, visite [www.ShopRhody.com](http://www.ShopRhody.com) o llame hoy mismo al 1.800.746.3934. Eli Berkowitz, propietario y Director General de Little Rhody Foods



## Fry Krisp Food Products Inc.

*Jackson, Michigan*

Con 75 años de experiencia ofreciendo alimentos de alta calidad fabricados en los Estados Unidos, Fry Krisp se enorgullece de presentar su nueva línea de sazonadores embotellados. Diseñados para foodservice y retail, estos sazonadores elaborados con experiencia y a detalle, aportan sabores atrevidos a las cocinas de todo el mundo. El catálogo incluye Sazonador de Pimienta con Limón, Sal Sazonada, Rub Ahumado para BBQ, Sazonador de Pimienta con Limón Verde, Sazonador para Alitas y Sal con Vinagre, perfectos para realzar el sabor de carnes, papas fritas, snacks y más.

Elaborados con ingredientes naturales, estos condimentos están disponibles bajo la marca de confianza Fry Krisp, o para Marca Propia, ofreciendo flexibilidad a restaurantes, supermercados y cocineros caseros por igual. Ya sea que quiera dar un toque distintivo a su menú, o llevar sabores de alta calidad a los anaques de las tiendas, los sazonadores Fry Krisp, ofrecen sabor y versatilidad. Para obtener más información, póngase en contacto con nosotros hoy mismo en [FryKrisp.Iat](http://FryKrisp.Iat)





## Herbsmith Inc.

*Hartland, Wisconsin*

**Proyecto Simple Food:** Años de práctica veterinaria dejaron una cosa en claro, todo animal que comía bien, sanaba bien. Sabiendo que los alimentos de verdad sientan las bases de la salud, la Dra. Bessent comenzó The Simple Food Project, para hacer accesible la nutrición integral al para todas las mascotas. Elaboró dietas crudas equilibradas con pocos ingredientes, y las liofilizó para conservar todos los beneficios que ofrecen los alimentos crudos frescos, sin complicaciones. Con un precio de US\$2.56 por comida para un perro de 25 kg, ofrece una nutrición real sin compromisos, -ni precios elevados. Alimentar bien a su mascota no debería ser complicado. Ahora ya no lo es. Más información:

<https://simplefoodproject.com/>

**Herbsmith:** Tras más de una década utilizando combinaciones de hierbas chinas en su consulta, la Dra. Bessent fundó Herbsmith Inc. Herbsmith fabrica suplementos calidad premium, desarrollados por veterinarios para perros y gatos, con el fin de tratar problemas que van desde la salud de las articulaciones hasta las alergias y el apoyo gastrointestinal. Los suplementos de Herbsmith, elaborados en instalaciones de última generación en el estado de Wisconsin, contienen sólo los mejores ingredientes de todo el mundo en niveles terapéuticos para llevar a perros y gatos a un mejor nivel de salud y bienestar. Más información:

<https://www.herbsmithinc.com/>

**Dietas Veterinarias Medicus:** Desarrolladas por el Dr. Chris Bessent y revisadas por Especialistas Veterinarios y Consultores en Nutrición Independientes, las Dietas Veterinarias Medicus, combinan la ciencia moderna con un profundo entendimiento de la nutrición integral para ayudar a las mascotas enfermas cuando más lo necesitan. Cada formulación está diseñada con dos principios rectores: la arquitectura fundamental de los alimentos y el impacto de las enfermedades en el organismo. Con un ratio de omega 6:3 cuidadosamente equilibrado, ingredientes ricos en antioxidantes y carnes inspeccionadas por el USDA, damos prioridad a la calidad y la seguridad. Nuestras dietas terapéuticas aprovechan los alimentos integrales respaldados por la ciencia, para abordar los problemas de salud de las mascotas, más apremiantes de los en la actualidad. Es nutrición, precisamente cuando la necesitan. Más información: <https://medicusveterinarydiets.com/>

**Para mayor información sobre estos u otros productos destacados, por favor escriba a: [FoodLink@foodexport.org](mailto:FoodLink@foodexport.org)**



## Show-Me BBQ Sauce, LLC

*Rochepoint, Missouri*

Celebrando 50 años, la salsa Show-Me® Bar-B-Q demuestra que unos pocos ingredientes sencillos, pueden ofrecer cualquier cosa menos un sabor sencillo. Arraigados en el corazón de Missouri, nuestros sabores atemporales y tradicionales son un producto básico del Medio Oeste, que llega a las cocinas de 50 estados, 11 países y bases militares de todo el mundo. Con una fórmula estable en anaquel, sin refrigeración, nuestras salsas y condimentos ofrecen una experiencia BBQ consistente, fiable y auténtica, perfecta para los asadores en el patio y para los maestros de la parrilla. Como empresa familiar, sabemos que la buena comida va más allá de las fronteras; une a las personas. La tradición nos crió, la exploración culinaria nos inspira, pero son los amantes de la comida los que crean los momentos inolvidables.

Sin Refrigeración | Sin Gluten | Sin Conservantes | Sin Rellenos | Sin Jarabe de Maíz de Alta Fructosa



## OMG! Pretzels

*Plymouth Meeting, Pennsylvania*

¡OMG! Pretzels está cambiando el concepto que la gente tiene de los pretzels. ¡OMG! Pretzels es una empresa familiar propiedad de una mujer, que elabora los únicos nuggets de pretzels de masa madre, sazonados y auténticamente añejados del mercado. Con 5 variedades disponibles en bolsas de 3 onzas, en presentaciones para retailers, en despachadores desechables, estas mini bolsas son ideales para los canales de conveniencia y hospitalidad. Orgullosamente fabricados en Estados Unidos nuestras recetas de inspiración culinaria son kosher, sin ingredientes artificiales y no modificadas genéticamente. Nos mueve nuestra misión de unir a la gente e inspirar alegría en momentos compartidos de snacks deliciosos y saludables. Con su textura crujiente y ligera, nuestros productos cuidadosamente elaborados son algo más que un simple snack, son un elegante complemento para ofrecer y una deliciosa adición a las recetas favoritas. ¡OMG! Pretzels son un snack mejor-para-ti, con un sabor elevado y un aspecto magnífico.



## SAI Probiotics LLC

Maple Grove, Minnesota

SAI Probiotics LLC se dedica a armonizar las ventajas de los probióticos con los ingredientes especiales de la naturaleza, creando un enfoque integrado y respaldado científicamente para mejorar la salud intestinal e inmunitaria. Akshaya Panda, el fundador de SAI Probiotics, cuenta con 20 años como figura fundamental en esta industria. Desempeñó un papel crucial en el crecimiento de empresas de probióticos bien establecidas, antes de embarcarse en su propio viaje para abordar un vacío notable en el mercado.

En medio de la proliferación de productos probióticos con recuentos bacterianos más elevados, y substancialmente más caros, en un intento de aumentar su potencia, SAI Probiotics adopta un enfoque más inteligente. Seleccionamos cuidadosamente ingredientes naturales, ampliamente investigados y probados a lo largo del tiempo que mejoran la eficacia y la sinergia de los probióticos. Esto nos permite ofrecer productos que no sólo son seguros, asequibles y eficientes, sino que también adoptan un enfoque holístico para elevar la salud en general, yendo más allá del intestino.

Estamos orgullosos de presentar este suplemento probiótico único para la mujer, SAIPro Femme. Fortificado con 8 potentes cepas probióticas, clínicamente probadas para mejorar la salud vaginal, prevenir las ITU recurrentes, controlar la acumulación de grasa y fortalecer la salud intestinal, nuestro producto aprovecha el poder combinado de estas cepas junto con la cúrcuma, un influyente antiinflamatorio natural, y el extracto de arándano rojo, un notable antioxidante. Este extraordinario producto ofrece 20.000 millones de UFC por porción, en dos cápsulas vegetales de liberación retardada, y está elegantemente envasado en frascos CSP recubiertos de desecante para una mayor potencia y eficacia.

Para más información o para embarcarse en su viaje hacia una mejor salud, póngase en contacto con nosotros: Llame a +1-763-494-9721 or Visit <https://saiprobiotics.com/>



## Sweet Street Desserts

Reading, Pennsylvania

Fundada en 1979 en Reading, Pensilvania, Sweet Street Desserts comenzó con una pasión por crear la galleta perfecta. Sandy Solmon, fundadora de la empresa, empezó a hornear galletas en un garaje de dos naves, perfeccionando recetas que equilibraban sabor y textura. Su dedicación convirtió una pequeña empresa local, en Sweet Street Desserts, hoy líder mundial en el sector de postres.

Todavía propiedad de Sandy y con sede en Reading, Pensilvania, Sweet Street vende a restaurantes de más de 60 países. Sandy dirige un equipo de apasionados creadores de recetas, que elaboran postres con los mejores ingredientes, desde chocolates sudamericanos, hasta manzanas cosechadas localmente, asegurándose de que cada producto cumpla las normas más estrictas.

En Sweet Street, el ingrediente del éxito son los deliciosos postres dignos de tus antojos, horneados con ingredientes que te sientes bien compartiendo. Su pasión por la comida artesanal y su dedicación a los ingredientes naturales, serán siempre la motivación de cada delicioso postre listo para disfrutar.



## Buckaroo & Company, LLC

Evanston, Illinois

Bienvenido al apasionante mundo de la Mermelada de Chile y los Condimentos de Rollicking Buckaroo, donde el sabor no conoce límites y la creatividad culinaria enloquece.

En Rollicking Buckaroo, no sólo vendemos productos, sino que creamos experiencias que encienden las papilas gustativas y elevan su viaje culinario. Si usted es un entusiasta de la comida, un chef apasionado, o un empresario exigente, en retail, mayorista o foodservice, le invitamos a embarcarse en una aventura llena de sabor con nosotros. <https://www.buckaroopepperjam.com/>

**Para mayor información sobre estos u otros productos destacados, por favor escriba a: [FoodLink@foodexport.org](mailto:FoodLink@foodexport.org)**



# noticias breves

**73% de los consumidores estadounidenses afirma haber modificado sus hábitos de compra en el último año debido al aumento de los precios,** según un informe de EY. "Los retailers siempre se han enfrentado a diversos grados de incertidumbre geopolítica, inflación, e interrupciones de la cadena de suministro, pero lo que es diferente ahora, es la capacidad de medir su conexión con los consumidores y cómo las influencias externas afectan a los hábitos de compra diarios," afirmó Mark Chambers, líder del sector retail.

**La tendencia de "Cenar a las 3:45", está ganando impulso a medida que los padres adoptan horarios de comida más tempranos para frenar el hambre después del colegio, evitar las rabietas nocturnas y simplificar las rutinas familiares en los Estados Unidos.** Ante la creciente demanda de los consumidores por las cenas más tempranas, los restaurantes tienen ante sí una gran oportunidad, según The Food Institute.

**Los estadounidenses consumen menos snacks, pero ¿es el Ozempic la única razón?** La categoría de snacks ha sufrido un duro golpe debido a las presiones económicas, junto con el aumento del uso de GLP-1, y la demanda de opciones más saludables por parte de los consumidores, informó The Wall Street Journal.

**La encuesta mensual del Conference Board reveló que la confianza de los consumidores en los ingresos, los negocios y las condiciones laborales cayó en marzo a su nivel más bajo en 12 años.** Las expectativas cayeron en picada, hasta un índice en el nivel 65.2 puntos, significativamente por debajo del nivel de 80 puntos, que suele indicar una recesión, informó The Wall Street Journal.



**Según NIQ, más del 53% de los consumidores de todo el mundo compra más productos de marca propia, lo que indica un crecimiento interanual del 4.3%.** Además, el 68% de los encuestados considera que las marcas propias son una buena alternativa a las marcas de distribuidor, lo que indica un cambio continuo en la percepción del valor.

**Casi el 33% de los consumidores estadounidenses de café y té, están interesados en obtener beneficios funcionales de sus bebidas, como probióticos y adaptógenos.** Según un informe reciente, mientras que los consumidores de café en frío buscan potenciar la función cognitiva, los de té dan prioridad a las bebidas con propiedades relajantes y estimulantes de la inmunidad.

## MISSION STATEMENT

El Boletín U.S. Foodlink y el boletín por correo electrónico son hechos para usted por Food Export Association of the Midwest USA y Food Export USA – Northeast, dos grupos regionales estatales comerciales de los Estados Unidos, que promueven las exportaciones de productos agrícolas y alimentos de los Estados Unidos. Food Export Midwest y Food Export Northeast administran muchos servicios utilizando fondos del Programa de Acceso a Mercados (Market Access Program) del Servicio Agrícola del Exterior del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA). U.S. Foodlink fue creado para dar a nuestros lectores datos creíbles e información confiable en un formato fácil de leer.

Food Export Midwest y Food Export Northeast administran muchos servicios utilizando fondos del Programa de Acceso a Mercados (Market Access Program) del Servicio Agrícola del Exterior del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos. Personas con discapacidades que requieran adaptaciones razonables o medios de comunicación alternos para conocer la información del programa, deberán contactarnos. Adicionalmente, la información del programa, puede estar disponible en otros idiomas además del inglés. Food Export Midwest y Northeast prohíben la discriminación en base a raza, color, nacionalidad, religión, sexo, identidad de género (incluyendo expresión de género), orientación sexual, discapacidad, edad, estatus marital, estatus familiar/parental, ingreso derivado de programas de asistencia del gobierno, creencias políticas, represalia o venganza por actividades previas relacionadas con derechos civiles, en todos sus programas y actividades. Para presentar una queja por discriminación, vaya a <https://www.ascr.usda.gov/filing-program-discrimination-complaint-usda-customer>. Food Export Midwest y Food Export Northeast, son empleadores y proveedores que ofrecen igualdad de oportunidades. Food Export Midwest y Food Export Northeast no toleran el fraude, y son vigilantes de la prevención de fraude en cualquiera de sus programas. Food Export Midwest y Food Export Northeast se reservan el derecho de aceptar o negar a las empresas la participación en sus programas. Si desea revisar las políticas de participación y nuestro código de ética visite:



**Casi el 50% de los estadounidenses intentará reducir su consumo de alcohol en 2025, con la Generación Z a la cabeza,** según un informe de NCS Solutions. En la reciente Conferencia Mundial UBS de Consumidores y Retailers Globales, el Consejero Delegado de Athletic Brewing, Bill Shufelt, destacó el rápido crecimiento del sector de las bebidas sin alcohol, informó The Food Institute.

**Vinos sin alcohol como el Sauvignon Blanc de Cupcake Vineyards están resonando entre el creciente número de consumidores que moderan o eliminan el alcohol.** A pesar de las dificultades para reproducir la complejidad de los vinos tradicionales, las innovaciones en los métodos de producción están creando oportunidades dentro de la categoría, según The Food Institute.

**La industria de alimentos a base de plantas, puede haber encontrado una salida a su estancamiento: un informe reciente revela que los consumidores aumentaron sus compras de productos a base de plantas en 2024.** A medida que el sector se recupera, el director de marketing de Nutpods, Patrick Coyle, recomienda a las marcas que encuentren el nivel correcto de valor y valores, reporto The Food Institute

**Los sabores amargos y ácidos siguen dominando la categoría de las gomitas-gominolas,** según los directivos de la marca Katjes. Las opciones limpias, con menos azúcar y veganas también están ganando impulso, según Snack and Bakery.

**El creciente apetito de los consumidores por las proteínas está impulsando la expansión de la industria del bienestar.** Esta tendencia refleja los recientes cambios hacia un enfoque más holístico de la nutrición, en el que las proteínas se consideran vitales para la inmunidad, la saciedad y el envejecimiento saludable, según Glossy.

**Los productos que refuerzan la inmunidad están ganando adeptos a medida que los consumidores buscan soluciones de bienestar a largo plazo.** Se espera que el mercado crezca a un ritmo del 9% hasta 2028, lo que ofrece amplias oportunidades para que las marcas de alimentos y bebidas, desarrollen productos ricos en nutrientes, según The Food Institute.



## U.S. FOODLINK

FOOD EXPORT – MIDWEST &  
FOOD EXPORT – NORTHEAST STAFF

**Brendan Wilson**  
Director Ejecutivo / CEO

**Michelle Rogowski**  
Directora de Operaciones/  
Directora Adjunta

**Laura England**  
Directora de Comunicación/  
Directora Adjunta

**Teresa Miller**  
Directora de Programas y  
Asociaciones

**Gina Donio**  
Gerente de Marketing y  
Comunicaciones

**Food Export Association  
of the Midwest**  
(Food Export-Midwest)  
309 W. Washington, Suite 600  
Chicago, IL 60606 USA  
312.334.9200

**Food Export USA – Northeast**  
(Food Export-Northeast)  
One Penn Center 1617 J.F.K. Boulevard,  
Suite 420  
Philadelphia, PA 19103 USA  
215.829.9111

**www.foodexport.org**  
Comentarios, preguntas  
email: [info@foodexport.org](mailto:info@foodexport.org)

## SUBSCRIPCIONES

El boletín U.S. Foodlink está disponible bimestralmente en muchos países alrededor del mundo. Pregúntenos como tener acceso a este material en su país enviando un correo electrónico a: [info@foodexport.org](mailto:info@foodexport.org)



Food Export - Midwest &  
Food Export - Northeast



Food Export - Midwest &  
Food Export - Northeast



Food Export - Midwest &  
Food Export - Northeast



[foodexportsusa](https://www.instagram.com/foodexportsusa)