

FOOD EXPORT ASSOCIATION OF THE MIDWEST USA AND FOOD EXPORT USA - NORTHEAST

U.S. Foodlink

Conectando Proveedores de Alimentos del Centro y Noreste USA con Compradores de todo el Mundo



EL SABOR DEL MAÑANA

Las 3 Principales Tendencias de Alimentos y Bebidas de los Estados Unidos que se Están Globalizando

.....
Incluye Proveedores y Productos
Destacados de los Estados Unidos
Listos Para Exportación
.....

Cómo Los Cambios en el Consumidor Estadounidense, Están Moldeando el Futuro de la Alimentación a Nivel Mundial

El panorama de alimentos de los Estados Unidos ha experimentado una transformación masiva en los últimos años, impulsada por una combinación de factores que van desde eventos climáticos extremos e inflación alimentaria, hasta el aumento en el uso de medicamentos GLP-1 y el movimiento Make America Healthy Again (MAHA – Hagamos a Estados Unidos Saludable Otra Vez), entre otros.

Estos cambios en las prioridades y patrones de comportamiento del consumidor han abierto paso a las siguientes tres tendencias, que se espera influyan en los mercados internacionales en 2026 y en los años por venir.

#1. Los Fármacos GLP-1 Seguirán Reconfigurando los Patrones de Consumo

En 2025, cada vez más consumidores en Estados Unidos iniciaron o continuaron el uso de medicamentos GLP-1, generando efectos en cadena en el sector de alimentos y bebidas. De acuerdo con nuevos datos de Circana, 23% de los hogares estadounidenses actualmente utiliza GLP-1, y se proyecta que esa cifra aumente a 35% para 2030.

Entonces, ¿qué tipo de alimentos y bebidas buscan quienes toman estos medicamentos?



**Food
Export**
Midwest USA™



www.foodexport.org



Las 3 Principales Tendencias de Alimentos y Bebidas de los Estados Unidos que se Están Globalizando

continúa

Además de porciones más pequeñas, estos consumidores están buscando productos con menos azúcar y menos carbohidratos, pero con más fibra y proteína, para empezar. También quieren alimentos y bebidas que se asocian con el incremento natural de los niveles de GLP-1 en el organismo sin involucrar medicamentos, como huevo, nueces y legumbres, aceites saludables y granos enteros.

El sector de alimentos y bebidas también ha visto un aumento de productos de compañías como Conagra Brands y Nestlé etiquetados como “GLP-1 friendly” en años recientes, ya sea en forma de polvos de proteína/fibra, gomitas, shots, cápsulas y smoothies, o bien comidas congeladas listas para calentar y comer. Sin embargo, dentro de la industria se ha comentado que las regulaciones de etiquetado podrían endurecerse en el corto plazo, por lo que “GLP-1 friendly” podría convertirse en el siguiente equivalente a “natural”.

Asimismo, se ha observado que los medicamentos GLP-1 pueden reducir el antojo por el alcohol y los niveles de consumo, que ha contribuido a una menor ingesta de alcohol en Estados Unidos. De hecho, incluso se están prescribiendo como alternativa para tratar el alcoholismo.

#2. Las “Clean Labels” Serán una Prioridad aún Mayor

Aunque el término “clean label” puede significar cosas distintas para diferentes personas, el concepto recientemente ha ido más allá de “sin ingredientes artificiales” para incorporar atributos como métodos de procesamiento, calidad del abastecimiento, sostenibilidad y transparencia. Los consumidores en Estados Unidos están empezando a cuestionar no solo lo que aparece en la lista de ingredientes, sino también cómo se cultivaron y procesaron esos ingredientes, y si los ingredientes tradicionales realmente están libres de riesgo.

Investigaciones recientes muestran que mejorar el estatus de etiqueta-limpia, se ha convertido en la prioridad número uno para muchos desarrolladores de productos de alimentos y bebidas, con 64% de los encuestados señalándolo como su principal prioridad, en un sondeo realizado por Food Business News, frente a 58% apenas un año antes.

Y la etiqueta-limpia, también pesa en la decisión de compra de los estadounidenses. Un estudio adicional de Acosta Group, indicó que 81% de los compradores considera necesario adquirir productos clean label. Y no se queda en discurso: casi 1 de cada 2 consumidores, dijo haber comprado más alimentos frescos y sin procesar en el último año que antes, en una encuesta de Innova Marketing Insights.

El mismo estudio reveló que cerca de 30% está reduciendo su consumo de alimentos procesados, mientras que 27% intenta limitar el consumo de productos y/o ingredientes que percibe como perjudiciales.

Los estadounidenses también han estado reduciendo el consumo de colorantes artificiales, conservadores, edulcorantes y otros aditivos, reflejando la creciente influencia del movimiento MAHA. Este giro hacia etiquetas más limpias ya se nota en múltiples categorías—incluyendo snacks. Por ejemplo, un proveedor especializado de palomitas en Connecticut produce variedades orgánicas, no-GMO, reventadas con aceite de coco o de aguacate, y empacadas con mensajes como “clean label”, “sin aceites de semillas” e “ingredientes mínimos”.

Un proveedor con base en Nueva York ofrece otro ejemplo sólido: galletas delgadas de semillas, orgánicas, sin gluten, posicionadas como “snacks simples elaborados con ingredientes orgánicos y sin gluten”. La innovación clean label también está redefiniendo el segmento de comidas convenientes. Un productor de comidas listas para calentar en Nueva Jersey se enfoca en ingredientes orgánicos y mínimamente procesados para ofrecer clásicos comfort food—como espagueti con albóndigas o pollo a la parrilla con pasta orzo preparada con frutos secos y fruta deshidratada—, alineándose con la preferencia del consumidor por transparencia y formulaciones “mejor para ti”.

#3. El Comfort Food se Volverá Todavía más Nostálgico

Una tercera tendencia, que Mintel denominó “retro rejuvenation” en su reporte Global Food and Drink Predictions 2026 – Predicción Mundial de Alimentos y Bebidas 2026, ha cobrado fuerza alrededor de alimentos y bebidas “anclados en tradiciones confiables y prácticas del pasado”, con el objetivo de “reducir la sensación de vulnerabilidad y falta de control” en los consumidores, según Mintel.

En lugar de regresar a un año o época específicos, este nuevo subtipo de nostalgia ofrece consuelo mediante lo que se ha llamado “hobbies de abuelita” (por ejemplo, jardinería, encurtidos y pan de masa madre), así como un giro hacia mezclas “ancestrales” y productos arraigados en tradiciones locales. Aunque estas prácticas no son nuevas, se espera que su adopción se amplíe entre los consumidores estadounidenses debido a factores como disrupciones climáticas, volatilidad de precios de alimentos y un mayor interés por la sostenibilidad.

Mintel anticipa que básicos como granos de temporada y snacks fermentados serán replanteados como opciones “climate-smart” y más eco-amigables, especialmente en mercados sensibles al precio.

En cuanto a productos alineados con esta tendencia, una empresa en Texas lanzó una mezcla ancestral de res alimentada con pasto Grass-Fed Beef Ancestral Blend – Mezcla Ancestral de Res alimentada con pastos, que la marca dice que desarrolló para “incorporar de forma conveniente recetas nutritivas con vísceras a una dieta moderna”. Un segundo ejemplo es una panificadora de Florida, que enfatiza su técnica “artesanal” y su sabor y textura “clásicos”, tanto en el empaque como en sus materiales de marketing, para diferenciarse del “pan industrializado excesivamente procesado” que venden sus competidores.

“Small batch” – que se traduce en lotes pequeños o artesanal, es otro término asociado a esta tendencia que cada vez más marcas pequeñas en los Estados Unidos están utilizando para transmitir el encanto artesanal y tradicional que se asocia con muchas de sus propuestas.

Lo Que Significan Estas Tendencias para el Futuro

Estas tres tendencias, vistas en conjunto, reflejan una recalibración más amplia en el panorama de alimentos y bebidas (A&B) en Estados Unidos, a medida que los consumidores navegan hacia nuevas prioridades de salud, mayores presiones económicas y un deseo creciente de transparencia y estabilidad. Debido a que estos cambios provienen de transformaciones estructurales —y no de preferencias pasajeras—, se espera que orienten el desarrollo de productos y las expectativas del consumidor más allá de las fronteras de los Estados Unidos.

A medida que los estadounidenses continúen adaptándose a esta nueva realidad, es probable que los resultados impulsen la innovación en los próximos años.



Better Batter Gluten Free Flour, LLC

ALTOONA, PENNSYLVANIA

En Better Batter, creemos que los brownies deberían ser espesos, las galletas deberían ser chiclosas, y los panes deberían ser lo suficientemente grandes como para hacer sándwiches de verdad. Porque "casi", no es suficiente.

Por más de 20 años, nuestras mezclas sin gluten y nuestras harinas 1:1 (taza-por-taza), han formado parte de cocinas en todos lados, ayudándote a recrear las recetas que amas, con la misma comodidad y alegría que recuerdas. Porque el sabor es más que un perfil, es memoria.

Ya sea una receta familiar, el producto estrella de tu panadería o un antojo de medianoche, Better Batter Gluten Free Flours & Mixes te devuelve el sabor de casa.



Cheese Merchants

BARTLETT, IL

De Nuestra Familia de Quesos a Tu Familia – From Our Family of Cheeses to Yours®, Desde 1998, Cheese Merchants ha ofrecido con pasión quesos premium. Nuestra experiencia en quesos italianos duros y quesos especiales, junto con nuestro compromiso con la calidad, la consistencia y el servicio al cliente, nos ha convertido en un proveedor preferido para Exportaciones, Foodservice, Retail y Manufactura de Alimentos. Contáctanos hoy: CustomerService@CheeseMerchants.com



Dutch Waffle Company LLC

PLYMOUTH, INDIANA

Dutch Waffle Company revive un clásico europeo, con un twist moderno e irresistible. Inspirados en los tradicionales Stroopwafels Holandeses— dos waffles delgados y dorados rellenos de caramelo tibio— horneamos nuestros waffles frescos, con ingredientes de verdad y recetas tradicionales transmitidas por generaciones.

Lo que nos diferencia es la frescura. Nuestros waffles no son industrializados ni "del anaquel"; están hechos para ser suaves, aromáticos y reconfortantes desde el primer bocado. Cada pieza ofrece un balance perfecto: bordes crujientes, centro tierno y un caramelo intenso que se derrite ligeramente al comerlo.

Pero es más que un waffle, -es un momento. Ya sea con café, para compartir en familia o para descubrirlo por primera vez en tu tienda favorita, nuestros waffles convierten un break cotidiano en pequeñas celebraciones.

Cuando pruebes un stroopwafel de Dutch Waffle Company, entenderás por qué tanta gente vuelve una y otra vez. Un bocado no solo satisfac, te invita a repetir.



Elmhurst Milked LLC

ELMA, NEW YORK

ESTABLECIDA EN 1925. FUNDADA EN 2017. En 2016, Henry Schwartz cerró la última lechería de Nueva York: Elmhurst. No fue fácil; Elmhurst había estado en su familia por más de 90 años, desde que su padre y su tío embotellaban a mano y repartían leche en Queens y Brooklyn en un camión lleno de bloques de hielo. Las vacas se habían ido hacía tiempo, pero una tradición emblemática había llegado a su fin... Hasta que en 2017, Elmhurst reapareció como, -inesperadamente, como una empresa innovadora de leches a base de plantas. ¿Cómo pudo un lechero comprometido como Henry, hacer un cambio tan radical?

Henry estaba preocupado, pero también intrigado por la disminución sostenida del consumo de lácteos y el cambio en la dieta estadounidense. Cada vez más personas estaban comiendo de forma más saludable, adoptando alternativas a base-de-plantas, y siendo más conscientes del impacto ambiental. De hecho, él también.

Nuestro proceso es más simple y mejor, de principio a fin. Primero, un método exclusivo llamado HydroRelease™, nos permite utilizar una mayor proporción del grano, nuez o semilla de origen. Esto se traduce en una nutrición y sabor superiores, con menos ingredientes. Luego, empacamos nuestros productos en envases de cartón reciclable reciclables, estable en el anaquel. Muchos tienen múltiples usos: desde la preparación de platillos, hasta café, sopas y salsas.

Para más información sobre estos u otros productos destacados, escribe a: FoodLink@foodexport.org



GF Cooperative Inc. dba Graceland Fruit, Inc.

FRANKFORT, MICHIGAN

En Graceland Fruit, Inc. producimos una amplia variedad de ingredientes de fruta deshidratada, cada uno con un desempeño destacado en aplicaciones de alimentos para la fabricación de alimentos, aportando sabor, textura, color y funcionalidad excepcionales. Arándanos rojos agri dulces. Cerezas Ácidas Montmorency. Blueberries carnosos y dulces. Manzana con notas frescas y ácidas.

Nuestra fruta deshidratada premium proviene de fruta fresca de alta calidad, cosechada en su punto óptimo y ultracongelada para preservar su integridad, nutrición, color vibrante y sabor auténtico. Nuestras tecnologías de infusión, deshidratación y corte patentados, convierte de forma cuidadosa esta fruta ultracongelada en fruta deshidratada excepcional, disponible en una amplia variedad de formas y tamaños. Esta diversidad de productos, formatos, cortes y tamaños de las piezas, —sumada a la flexibilidad para customizar, brinda a nuestros clientes la versatilidad y el desempeño que necesitan para lograr el éxito comercial.



Giovanni's Appetizing Food Products Inc.

RICHMOND, MICHIGAN

Giovanni's es una empresa familiar estadounidense, dedicada a producir alimentos de calidad desde hace más de 83 años. Ubicados en el sureste de Michigan, somos el único empacador de alimentos en tubos, en los Estados Unidos. Nuestra pasta de tomate orgánica USDA Certificada, es una forma práctica y perfecta de aportar un sabor a tomate intenso, sabroso y concentrado a tus platillos. Hecha únicamente con tomates orgánicos maduros, cultivados en California, son cuidadosamente seleccionados y procesados. Es un ingrediente versátil que se adapta a múltiples recetas, desde clásicos italianos hasta guisos, caldos y sopas más robustas. Su empaque en tubo la hace fácil de usar y almacenar, sin desperdicio ni complicaciones. Además, cuenta con certificación orgánica del USDA, lo que garantiza que está libre de químicos y aditivos nocivos. Todos los productos Giovanni's se procesan en los Estados Unidos y tienen vida de anaquel de 730 días.

USDA Organic | Sin gluten | Hecho en los Estados Unidos | Tubo reciclable
gioapp.com

Para más información sobre estos u otros productos destacados, escribe a: FoodLink@foodexport.org



Healing Bottoms Corporation

CHICAGO, ILLINOIS

Healing Bottoms es una empresa de enfoque holístico, y una marca propia que ofrece ingredientes 100% naturales para promover el bienestar digestivo. Nuestro té de Especies con Cúrcuma, es Medicinal y está saborizado naturalmente con jengibre y otras especias, al igual que nuestro suero de melaza Blackstrap y el resto de nuestros productos, ¡y TODOS con ingredientes naturales!

Este Tónico de Té Ancestral, se ha usado durante siglos para tartar la inflamación, hemorroides, Síndrome de Intestino Irritable, IBD - Enfermedad Inflamatoria Intestinal, enfermedades Gastrointestinales, del Tracto Urinario, y más. El té de HBs es potente y de alta biodisponibilidad para una absorción máxima. Esta mezcla —basada en nuestro suplemento de especias con cúrcuma de fórmula patentada, Curcumina y té herbal de Collinsonia— ayuda a favorecer la reparación del tracto digestivo y la función vascular, contribuyendo a mejorar el flujo sanguíneo a la zona rectal y a apoyar la función natural del tracto. www.healingbottoms.com



Health Enhanced Foods

ROCKAWAY, NEW JERSEY

Health Enhanced Foods (HEF): Donde la Nutrición Acompaña al Cuidado de la Salud. HEF desarrolla mezclas para productos de panificación, y combinaciones de harinas nutritivas que ayudan a las personas a comer mejor y llevar una vida más saludable. Creemos que la comida debe hacer más que quitar el hambre: debe apoyar al cuerpo, fortalecer la mente y aportar a la comunidad.

Nuestras mezclas de harinas de etiqueta limpia, se formulan con ingredientes cuidadosamente seleccionados para atender necesidades reales de salud. HEF ofrece mezclas de harinas sin gluten, mezclas para hornear keto-friendly, cereales nutritivos y productos de especialidad, diseñados para apoyar a personas que viven con diabetes, epilepsia, enfermedad renal, anemia falciforme – sickle cell, y sensibilidades alimentarias.

Los productos HEF son fáciles de usar, estables a temperatura ambiente y se elaboran en los Estados Unidos, en nuestra planta con licencia de la FDA. Somos orgullosos proveedores de retailers, distribuidores, hospitales, escuelas, comunidades de fe y compradores internacionales.

De Norteamérica a África, América Latina, Europa y Asia, Health Enhanced Foods apoya a familias e instituciones, a usar los alimentos como medicina—una comida a la vez. Visita www.HealthEnhancedFoods.com o WhatsApp +1-973-452-6940



J.R. Kelly Company

COLLINSVILLE, ILLINOIS

J.R. Kelly Company es el principal proveedor de raíz de rábano picante – horseradish, en Estados Unidos. No solo abastecemos el mercado doméstico, también el internacional, enviando toneladas de horseradish a todas las regiones del mundo.

J.R. Kelly ofrece diferentes grados de horseradish, para cubrir necesidades específicas dentro de la categoría. Ya sea que busque raíz a granel para grandes procesadores y fabricantes de alimentos, o raíz fresca para los mercados de frutas y verduras, en J.R. Kelly lo tenemos cubierto.

Como líderes del sector, J.R. Kelly está en búsqueda constante de nuevos mercados para expandir nuestro alcance global. Nuestra amplia red de productores, y la certificación PrimuGFS, se combinan para posicionar a J.R. Kelly Company como el proveedor más confiable en el mercado. Visita www.jrkelly.com para más información.



LorAnn Oils, Inc.

LANSING, MICHIGAN

Desde hace más de 60 años, LorAnn es un fabricante estadounidense de confianza de saborizantes premium, vainillas e ingredientes especializados, atendiendo con orgullo a profesionales y artesanos en todo el mundo. El programa de planograma de LorAnn destaca sus productos más vendidos: Super-Strength Flavors, Emulsiones para Panificación, Extractos de Vainilla y Mezclas para Dulces y Gomas, con hermosos empaques para retail y displays profesionales.

Diseñados para maximizar impacto y eficiencia, el planograma refleja el compromiso de LorAnn con la innovación, la organización, la calidad y la conveniencia para el consumidor. Ya sea para fabricantes, distribuidores o creadores culinarios, los productos LorAnn inspiran creatividad y elevan recetas de confitería, panificación, bebidas, postres congelados y muchas otras aplicaciones.

Descubre por qué profesionales y artesanos en más de 100 países, confían en LorAnn por su calidad, consistencia e innovación en sabor. Visita www.LorAnnOils.com para explorar nuestro portafolio completo, o contáctanos para platicar sobre oportunidades de colaboración.



Market Square Food Co.

PARK CITY, ILLINOIS

HappySnacks® — En Market Square Food Company, llevamos haciendo galletas “better-for-you” desde 1982. HappySnacks® refleja nuestro compromiso con snacks más nutritivos, de gran sabor, que responden a las necesidades de las familias de hoy.

¿Nuestra innovación? Fuimos los primeros en desarrollar galletas que no solo son plant-based y cuentan con verificación Non-GMO Project, sino que además son funcionales, al fortificar toda la línea con vitaminas y minerales esenciales, -sin sacrificar el sabor. <http://www.marketsquarefood.com>



Maytag Dairy Farms LLC

NEWTON, IOWA

El Queso Azul Maytag, fue creado por Frederick Maytag II en 1941, y hoy nuestros maestros queseros en Newton, Iowa, continúan la tradición mediante maduración en cueva, añejamiento y envoltura a mano de cada rueda de queso, con el icónico papel aluminio azul y plata, reconocido por décadas como un sello de la Artesanía Estadounidense.

Elaborado con leche fresca local de vacas Holstein, Maytag Blue es un queso artesanal, hecho a mano, con un toque ligeramente salado, notas marcadas y una textura densa y desmoronable. Su perfil distintivo y final limpio, lo han convertido en favorito de conocedores y chefs en todo Estados Unidos.

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

Para más información sobre estos u otros productos destacados, escribe a: FoodLink@foodexport.org



Shankar Distillers LLC

TROY, MICHIGAN

Shankar Distillers, con sede en Troy, Michigan, combina tradición, innovación y herencia cultural para elaborar destilados galardonados. Su producto insignia, Varchas Reserve 102 Straight Bourbon Whiskey (102 proof), es un bourbon de barrica única (single barrel) como homenaje a la M-102 de Detroit, con añejamiento de 6 a 8 años, reconocido por su complejidad y por múltiples medallas de oro.

Sus otros dos whiskies premiados incluyen: Varchas Small Batch Straight Bourbon Whiskey (90 proof), es un Mash Bill, con alto contenido de centeno y añejado 5 a 7 años, que ofrece un perfil suave y especiado, con notas de caramelo, cocoa y butterscotch. El Varchas Small Batch Straight Rye Whiskey (90 proof), intenso y con carácter “peppery” (picoso/especiado), hecho con 95% centeno y añejado hasta 7 años, con un final seco y especiado. Varchas Vodka (80 proof), destilado a partir de maíz de Michigan, es limpio, fresco y versátil—ideal para coctelería o para tomarse solo. Finalmente, Dasara Savari Gin (90 proof) honra la tradición india con 12 botánicos de distintas partes del mundo, ofreciendo una experiencia vibrante, con predominio de cítricos. Cada destilado se ajusta a graduación con agua fresca de los Grandes Lagos, y se elabora para reflejar calidad, personalidad y una fusión cultural distintiva.



Simply Organic Maple

WATERVILLE, VERMONT

Maple puro de Vermont — Elaborado para el Mundo, Hecho en los Estados Unidos
Producción Carbono Cero — Origen Único, No Mezclado

En Simply Organic Maple™, nuestra granja familiar en el norte de Vermont cuida 17,000 árboles de Maple, en 200 hectáreas, para producir uno de los jarabes de maple orgánicos de origen único más finos del mundo. Vendemos exclusivamente a mercados internacionales, dedicando todos nuestros recursos a fortalecer y apoyar a nuestros socios de distribución de todo el mundo.

Más allá del jarabe, Simply Organic Maple™ ofrece dulces de maple, crema de maple y azúcar de maple granulada, — elaborados con cero emisiones de carbono, —para ayudarte a anticiparte a estándares de neutralidad de carbono. Nuestras opciones flexibles de embotellado y empaque, nos convierten en un aliado confiable para distribuidores, retailers gourmet y mercados de alimentos especializados a nivel mundial.

Revitalizando el mercado del Vermont Pure Maple Syrup para que el mundo lo pruebe.
www.simplyorganicmaple.com



Crunchmaster / TH Foods, Inc.

LOVES PARK, ILLINOIS

Crunchmaster es un fabricante líder de snacks sin gluten, elaborados con ingredientes simples y “better-for-you” en los que el consumidor confía. Nuestros crackers son horneados, nunca fritos, y se elaboran con granos de calidad como arroz integral, ajonjolí y quinoa, logrando un sabor marcado y una textura crujiente, sin aceites de semillas ni ingredientes artificiales.

A medida que los consumidores siguen buscando opciones clean-label, sin gluten y plant-based, Crunchmaster destaca dentro de la categoría de crackers “better-for-you” con productos que equilibran sabor, textura y calidad. Nuestro compromiso con ingredientes simples y gran sabor convierte a Crunchmaster en una opción confiable para retailers que buscan satisfacer las preferencias de compra en evolución.

Con un portafolio de perfiles de sabor y formatos, Crunchmaster impulsa crecimiento y diferenciación en el pasillo de snacks, atrayendo tanto a consumidores leales como a nuevos compradores.

Conoce cómo Crunchmaster puede fortalecer tu surtido de crackers en <https://crunchmaster.com/>, donde se unen mejores ingredientes y un snacking más inteligente.



Sticky Spoons Jam, LLC

NILES, MICHIGAN

Sticky Spoons LLC es una empresa de mermeladas y conservas artesanales, propiedad de una mujer afroamericana veterana, con base en Niles, Michigan. Nuestra misión es producir y distribuir mermeladas y conservas que destaquen los sabores distintivos de productos agrícolas de Michigan, obtenidos localmente. En Sticky Spoons, preservamos en frascos los sabores de los veranos de Michigan, con 95% de nuestras frutas provenientes de granjas locales. Ya sea para consumo personal o para uso en entornos comerciales, nuestros clientes pueden contar con calidad consistente. Cada frasco se elabora a mano con dedicación y se infundiona con sabores deliciosos.

Nuestro producto más vendido, Blueberry Lavender Preserve, -Mermelada de Blueberry-Lavanda, es una fusión delicada de blueberries maduros de Michigan con lavanda culinaria local, aromática, cultivada y cosechada a mano. Es un básico de alacena que luce especialmente en French toast relleno, mezclada con yogurt griego con chía y almendras, o incorporada en una limonada para una bebida refrescante de verano. Elaborada con cuidado y llena de sabor, es dulce, floral y deliciosa.

Para más información sobre estos u otros productos destacados, escribe a: FoodLink@foodexport.org

Pronóstico de Sabores 2026: El Auge de la Cocina Regional Estadounidense



Aunque con frecuencia la comida estadounidense se reduce a unos cuantos “clásicos”, las innovaciones de sabor más interesantes en los Estados Unidos están ocurriendo a nivel regional. A medida que crece el interés global por identidades ligadas a un lugar específico y los pequeños productores desarrollan formatos que viajan bien (estables, prácticos y escalables), han empezado a destacar especialidades locales muy definidas.

A continuación, se presentan varias cocinas regionales, perfiles de sabor e ingredientes de los Estados Unidos que se perfila que marcarán tendencia en 2026 y en adelante.

American Barbecue

A medida que aumenta el antojo por el BBQ USA, especialidades regionales como la tradición del brisket popularizada en Texas, los estilos más aciditos a base de vinagre de las Carolinas, la base de jitomate con melaza que distingue al BBQ de Kansas City, tienen la capacidad de ofrecer diferenciación.

Fabricantes artesanales de salsas como Blues Hog de Missouri, y Humble House Foods de Texas, han consolidado una fuerte presencia de marca con rubs, marinados y salsas listas para usar, que transmiten la esencia del lugar, y al mismo tiempo, son convenientemente estables en el anaquel. Además, fabricantes como Bear & Burton's en Florida, también han estado lanzado al mercado salsas inspiradas en la costa, que combinan perfiles de barbecue con notas cítricas y/o especiadas, comunes en cocinas latinoamericanas y del Caribe.

Mariscos y Sabores Costeros del Noreste USA

Cuando la gente piensa en la cocina del noreste de los Estados Unidos, suelen venir a la mente platillos como chowders, mariscos de concha, algas y pesquerías de aguas frías. Bar Harbor Foods con base en Maine, por ejemplo, se especializa en chowders enlatados, bisques y mariscos ahumados que reflejan el carácter de la región sin requerir cadena de frío.

Asimismo, marcas como Acadia Sea Farms, entre otros pequeños productores de algas, están lanzando variedades como dulce y kelp, pensadas para fabricantes de snacks y sazónadores, diseñadas para impregnar desde sopas hasta crackers con una identidad claramente costera.

Granos del Midwest-Centro USA y Legado Agrícola

El Midwest o Centro de los Estados Unidos, por su parte, ha visto un renovado interés en los granos “antiguos” como sorgo, cebada, centeno y arroz salvaje, cada vez más utilizados como base para mezclas de panificación, potajes, snacks y también como base para bowls de granos “better-for-you”.

Ejemplos de marcas estadounidenses alineadas con esta tendencia incluyen Alexandra's Wild Rice de Minnesota y Sohnrey Family Foods de Wisconsin, que ofrecen granos y mezclas de identidad regional con un encanto local. Teffola, una marca de Colorado, utiliza teff y semillas cultivadas en el Midwest, para crear granolas y clusters dirigidos a consumidores que priorizan la salud y buscan productos densos en nutrientes y con trazabilidad hasta granjas específicas.

Cocinas e Ingredientes de las Naciones Indígenas de los Estados Unidos.

Los sabores e ingredientes indígenas de Estados Unidos, también están viviendo un momento de protagonismo, con varios productores incrementando disponibilidad cada vez mas. Un ejemplo claro es Red Lake Nation Foods de Minnesota, un proveedor de ingredientes como arroz silvestre, jarabes de una cereza silvestre llamada chokecherry, y conservas de berries-moras, ofreciendo un acercamiento a las tradiciones culinarias asociadas con la cultura Ojibwe.

Native American Natural Foods, es una marca conocida por sus barras Tanka, –elaboradas con básicos indígenas como bison y arándanos rojos–, ha tenido éxito al desarrollar productos ricos en nutrientes, con un fuerte componente de herencia cultural, pero alineados con los requisitos modernos de etiquetado. Propuestas como estas, también responden al creciente interés y demanda por etiquetas limpias, basadas en ingredientes mínimamente procesados y con un origen claramente identificado.

Ingredientes Regionales de los Estados Unidos al Alza

Además de las cocinas regionales estadounidenses, también hay diversos productos, ingredientes y perfiles de sabor asociados a regiones específicas de los Estados Unidos, que se espera adquieran relevancia en los próximos años. Estos incluyen el sorgo de los Apalaches y la mantequilla de manzana; las marionberries cultivadas en la región del Pacific Northwest; las mezclas de especias de la Costa del Golfo con guínos a la cocina criolla y cajún; los sabores del Suroeste como mezquite y chile Hatch; y varios clásicos de los “supper clubs” o comedores, del norte del Midwest, como mezcladores infusionados con brandy y empanizadores sazonados para pescado frito. Estos productos cada vez se incorporan cada vez más, en salsas, snacks y bases concentradas.

A medida que los productores de los Estados Unidos afinan sus estrategias de empaque, abastecimiento y escalabilidad, las cocinas regionales estadounidenses se han vuelto más viables, –y más amigables para exportación–, que en el pasado, creando oportunidades para aportar mayor profundidad y novedad al portafolio, capitalizando creciente interés en los atributos como la herencia, lo artesanal, y un origen claramente definido, elementos que resultan atractivos para consumidores en mercados internacionales.

Perfiles Estatales del Centro y Noreste de los Estados Unidos



noticias breves

U.S.Foodlink

FOOD EXPORT – MIDWEST &
FOOD EXPORT – NORTHEAST STAFF

Brendan Wilson
Director Ejecutivo / CEO

Michelle Rogowski
Directora de Operaciones/
Directora Adjunta

Teresa Miller
Directora de Programas y
Asociaciones

Food Export Association of the
Midwest (Food Export-Midwest)

29 North Wacker Drive, Suite 1000
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

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

 Food Export - Midwest &
Food Export - Northeast

 Food Export - Midwest &
Food Export - Northeast

 foodexportsusa

 foodexports4941

 Food Export - Midwest &
Food Export - Northeast

Los estadounidenses quizá estén comiendo de forma más saludable, pero su gusto por los snacks indulgentes sigue creciendo, -en especial el chocolate, confitería y opciones saladas con alto contenido de proteína. La “cultura del gusto” de la Generación Z, y la tendencia de la hora del té por la tarde, también están detonando innovación.

En la actualidad, los compradores on-line exigen transparencia, confianza y detalles precisos del producto, -fotos, reseñas y disponibilidad, son factores clave que elevan la conversión. Especialistas señalan que las marcas que logren comunicarse con claridad, ganarán lealtad.



Los pronosticadores de sabor afirman que 2026 será el año del color negro, -desde ajonjolí negro, grosella-currant, y ajo negro, hasta grass jelly-gelatina oscura de hierbas. Estas tendencias de tonalidades oscuras prometen una percepción más premium y aportan inspiración global para innovadores de alimentos con visión de futuro.

De acuerdo con un reporte reciente de Impinj, las tendencias en redes sociales y el efecto de influencers, fueron responsables de 42% de las compras este año, generando picos de demanda difíciles de gestionar, para los responsables de cadena de suministro, de acuerdo con un reporte de Impinj.



Flavorsum Publicó su Lista de Tendencias de Sabores a Observar en 2026, que incluye pitahaya, cereza ácida, y mango picante. La compañía señaló que 46% de los consumidores en Norteamérica busca sabores que nunca han probado, al comprar alimentos y bebidas.

La fibra está reemplazando rápidamente a la proteína como la estrella de los alimentos funcionales. Con el aumento de la demanda por salud intestinal y el soporte metabólico, además de una importante brecha nacional en el consumo de fibra, las marcas de CPG tienen una oportunidad poco común de liderar la siguiente ola de innovación nutricional.



El sabor del 2026 será el Anís Estrella Escarchado - Frosted Star Anise, según la firma dsm-firmenich El anís estrella es una especia con notas de regaliz, clavo y canela, común en cocinas globales como el pho vietnamita; el elemento “frosted” consiste en añadir sensaciones refrescantes mediante ingredientes como menta o tecnologías avanzadas.

El sentimiento del consumidor en los Estados Unidos subió ligeramente en diciembre a 53.3, frente a 51 el mes pasado, conforme disminuyeron las preocupaciones por la inflación, según la Universidad de Michigan. Sin embargo, el indicador se mantiene muy por debajo de los niveles de inicios de año: los precios altos y el impacto persistente de los aranceles, siguen dejando un panorama incierto, reportó Food Manufacturing.



Hacia finales de 2025, la premiumización ha pasado a significar claridad, conveniencia y storytelling. Desde empaques con blockchain, hasta salmón grado sashimi, las marcas premium que están ganándose la confianza del consumidor, son las que convierten la transparencia y la narrativa en experiencias irresistibles.

Aproximadamente 30% de los consumidores estaría dispuesto a permitir que agentes de IA completen sus compras, de acuerdo con Contentsquare. Además, 24% ahora afirma que rara vez usa motores de búsqueda, y ha migrado a otros métodos de descubrimiento de productos.

La tendencia de los dulces liofilizados sigue creciendo, conforme las marcas aprovechan el procesamiento al vacío para transformar caramelos masticables, en snacks de sabor intenso y texturas novedosas. Investigadores de la Universidad de Wisconsin han encontrado que retirar la humedad, puede provocar una expansión ilimitada, reportó BBC News.



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: