

Anuga: el sabor del futuro



Por: Adriana Navarro Escobar,
Líder de Mercadeo Estratégico

Fedepalma se hizo presente en la feria Anuga que tuvo lugar en Colonia, Alemania. Este evento es catalogado como el más importante de Europa en materia de alimentos, razón por la cual, reporta, cada dos años, más de 165 mil visitantes provenientes de Europa, Asia y América con intereses comerciales, académicos e informativos.

Por primera vez, la Federación tuvo presencia en una feria de esta magnitud dando respuesta a la necesidad de conocer de primera mano las tendencias en alimentos, en empaques y en la búsqueda de contactos interesados en el aceite de palma 100 % colombiano.

Procolombia, que fue un aliado para hacer posible nuestra participación, tuvo un stand ubicado en uno de los pabellones de comida fina, en el cual estuvimos presentes varios productos colombianos tales como: Manitoba, del Alba, Colombina, Alimentos Mapy, Alimentos El Dorado, Doña Panela, Bellini, Noel, Uniban, Amazon, Pulpa Fruit, Ingenio Risaralda, Harinera del

Valle y Aceite de palma Sostenible de Colombia, que fue la forma como nos presentamos en la feria.

Las tendencias que marcaron la diferencia en Anuga, celebrada el pasado mes de octubre, fueron las siguientes:

- **Productos funcionales y libres de:** alimentación sin gluten y vegana. En esta categoría se encuentran todos los productos 'sin' de última generación.
- **Comida Halal:** tanto en oriente como en occidente, cada vez hay una demanda mayor de productos que poseen el certificado Halal, aptos para la dieta islámica. Esta sección de la feria se encargó de visibilizar y de expandir este nicho de mercado cada vez más exigente.
- **Productos Kosher:** al igual que sucede con la comida Halal, los productos para la dieta judía continúan creciendo con nuevas características como la de no contener gluten.
- **Productos no modificados genéticamente:** crece la demanda de alimentos no transgénicos, sobre todo para bebés y niños pequeños, por tal motivo, esta fue una sección de Anuga se recogió los principales avances en esta materia.
- **Productos orgánicos:** no es novedad que los productos bio o ecológicos experimentan una época de efervescencia, por esta razón, esta sección de la feria fue una de las más destacadas.
- **Productos con denominación de origen protegida:** la Denominación de Origen Protegida se basa en la creciente conciencia por parte de los consumidores de saber de dónde provienen los productos que consumen.
- **Listo para comer:** productos preparados que no pierdan la calidad. Esta sección de la feria se adaptó a un estilo de vida rápido, pero no por ello, pretendió sacrificar la salud, un perfil que cada vez es más numeroso entre los consumidores.

- **Superalimentos:** los superalimentos son aquellos que poseen un valor nutricional particularmente bueno, calidad que, dada la demanda, debe estar presente en la alimentación futura.
- **Productos basados en el comercio justo:** el comercio justo se centra en la justicia social a la hora de fabricar un producto. Aunque aún son pocos los alimentos que encontramos con esta etiqueta, un interés incipiente ha hecho que estos registren un crecimiento de un 6 % al año.

De igual forma, encontramos alimentos libres de hidrogenación y otros que de forma explícita expresaron en sus etiquetas el mensaje: “Libre de aceite de palma”, y un mercado interno de productos orgánicos, el cual fue uno de los pabellones más visitados en Anuga.

La creciente conciencia de los consumidores con los temas de salud y medioambiente está impulsando

la demanda de productos bio. Cada vez más, los consumidores se preocupan por lo que comen y exigen productos sin colorantes, conservantes o aromas artificiales. De igual manera, piden que estos hayan sido producidos sin pesticidas y sin haber sido genéticamente modificados. Y es significativo que, de todos los nuevos productos lanzados en 2018 en Europa, un 58 % fue certificado como bio o ecológico.

Como resultado de nuestra presencia en Anuga tuvimos más de 60 contactos de empresas y personas interesadas en el aceite de palma sostenible de Colombia, empresas certificadoras, industrias de alimentos atraídos por probar y conocer el aceite y compradores internacionales en América, Asia y Europa. Sin duda, esta feria fue una importante vitrina para dar continuidad al posicionamiento del aceite de palma colombiano en mercados internacionales.

Servicios Técnicos Especializados Laboratorio de análisis foliar y de suelos

Contamos con la Certificación NTC-ISO 9001 y trabajamos para implementar la norma NTC-ISO/IEC 17025 para garantizar el aseguramiento metrológico y la validación de resultados del laboratorio.



Servicios de Laboratorio

- ✓ Análisis de tejido foliar
- ✓ Análisis de suelos
- ✓ Análisis especiales: tusa, compost y lodo
- ✓ Análisis de agua para riego
- ✓ Pruebas de reactividad de enmienda

Garantizamos la confiabilidad de los resultados mediante:

El programa de control de calidad para garantizar la precisión y exactitud de los resultados analíticos y la participación en programas de intercambio con laboratorios similares, a nivel nacional e internacional, para el control analítico de los datos.

- Programa CALS de la Sociedad Colombiana de la Ciencia del Suelo.
- Wageningen Evaluating Programmes for Analytical Laboratories -WEPAL de Holanda.

La revisión continua de los métodos de análisis de laboratorio.



Facilidades de pago y descuento

Descuentos por volumen:

Entre 51-100 muestras: 2 %

Entre 101-300 muestras: 4 %

Más de 300 muestras: 6 %

Para afiliados: crédito de 30 días si están al día con los pagos y 10 % de descuento en las tarifas

Centro de Investigación en Palma de Aceite, Cenipalma / Servicios Técnicos Especializados-LAFS

Calle 21 No. 42-55 • PBX. (57-1) 2088660 ext. 3000 - 3100 / Celular: (57) 311 8129188 • laboratorio@cenipalma.org www.cenipalma.org/menu-de-servicios-tecnicos-especializados, Bogotá - Colombia.

