

Te encuentras en Inicio / Empresas / Proveedoras /

Erlenbacher reduce el contenido de azúcar y grasas en casi 200 de sus especialidades

Erlenbacher reduce el contenido de azúcar y grasas en casi 200 de sus especialidades

Jueves, 12 de septiembre 2019

Es una realidad que pasteles, tartas y postres son productos para el disfrute, en los que azúcares y grasas contribuyen sustancialmente a potenciar el sabor. Sin embargo, debido al incremento constante de las enfermedades cardiovasculares en la población, la firma alemana de pastelería congelada Erlenbacher está reduciendo las cantidad de sal, azúcares y grasas, adaptando sus especialidades a las nuevas necesidades. Según el director general de la marca, **Bernhard Neumeister** *“nos hemos visto obligados a dirigir una mirada crítica al uso de ingredientes como la sal, el azúcar y las grasas. Mediante cambios de materias primas y optimización de recetas hemos conseguido la reducción del 10% de grasas saturadas y otro 10% de azúcar hasta en un total de 190 productos”*.

Según la empresa, ésta no es una tarea fácil de abordar, ya que la modificación de recetas es bastante más complicada que el desarrollo de un producto nuevo. Además, los productos modificados *“tienen que saber igual o incluso mejor que el producto original. La modificación de recetas va acompañada de catas ciegas con consumidores, que nos aseguran una experiencia de sabor óptima incluso con contenido de azúcar reducido. Además, hay que tener en cuenta que el azúcar no solo edulcora sino que tiene un papel importante en la elaboración de la masa que sin el azúcar no consigue la consistencia deseada”*, tal como explica Neumeister.

Un ejemplo de esta readaptación de la receta es es la 'Tarta de queso y nata con melocotón', en la que se ha bajado el contenido de azúcar un 9,8%. Además se ha reducido considerablemente el contenido de grasa y el valor energético, prescindiendo completamente de aceite de palma.

Los millennials exigen otros productos de pastelería

Los hábitos alimentarios y los gustos de los consumidores están cambiando. Esto se puede observar sobre todo entre los jóvenes de 20 a 35 años, los llamados *millennials* que exigen otros productos de pastelería que sus padres. Ellos se dejan llevar por influencias internacionales y esperan recetas nuevas con ingredientes y sabores inusuales y aromas creativos. Al mismo tiempo, valoran una alimentación equilibrada y consciente con ingredientes sanos como valor añadido. En este sentido, la optimización de recetas para reducir el contenido en azúcar y grasas se adapta a las necesidades de los nuevos consumidores.

El éxito de la gama 'PlacerPlus' de la firma alemana demuestra que el valor nutritivo de las especialidades es importante... en ello puede influir el alto contenido en grano integral, una receta vegana o ingredientes como los llamados superalimentos. El placer de la alimentación consciente es la tendencia para abrirse a nuevos grupos objetivos e incrementar las ventas en cualquier servicio de hostelería y restauración.

Contacta con [Erlenbacher](#) o accede a su web a través de nuestro directorio de empresas.

Noticias Relacionadas

- [Erlenbacher presenta un nuevo formato alargado para sus clásicas tartas de mantequilla](#)
- [Erlenbacher gana el Star award de oro, por tercer año consecutivo, con sus 'Casual cakes'](#)
- [Erlenbacher completa su línea más healthy con dos nuevas tartas de la gama 'PlacerPlus'](#)
- ['Casual cakes' de Erlenbacher, pastelería adaptada al estilo de vida de los más jóvenes](#)