

Coca-Cola y Pepsi avanzan en la inclusión de ingredientes naturales en sus bebidas de consumo masivo.

Con el agregado de fitoesteroles a jugos y el reemplazo de edulcorantes sintéticos por esteviósidos en las bebidas de bajas calorías, estas empresas apuestan a mejorar sus ventas ofreciendo una propuesta más saludable.

La tendencia al consumo de bebidas y/o alimentos naturales saludables crece a medida que aumenta la conciencia generalizada de la necesidad de cuidar la alimentación no sólo para evitar la obesidad o el sobrepeso, sino también para prevenir enfermedades o trastornos de la salud.



Las empresas de alimentos y bebidas de consumo masivo han tomado nota de esto y empezaron a desarrollar productos que incluyen ingredientes naturales percibidos por la población como saludables.

Fitoesteroles

Un ejemplo de esto es la decisión de Coca-Cola de seguir aumentando su oferta de jugos con fitoesteroles al solicitar la aprobación de la misma en Australia y Nueva Zelanda. En este caso puntual se refieren a bebidas con un contenido no menor a 20% de jugo natural y se agregaría 4.5 g de fitoesteroles por litro.

Cabe aclarar que esta empresa ya comercializa jugos con fitoesteroles en EEUU en colaboración con Cargill, a través del ingrediente Corowise. También Pepsi lanzó jugos de su marca Tropicana , fortificados con ésteres de estanol vegetal^{*}, Benecol en el Reino Unido, aunque con resultados decepcionantes que lo llevaron a retirarlos del mercado.

El mercado para estos productos es claramente el de personas mayores de 40 años preocupados por sus niveles de colesterol.

En Argentina, los fitoesteroles libres y esterificados derivados de aceites vegetales se permiten en lácteos- leches de bajo contenido graso, yogures- productos panificados y margarinas, cereales.

^{*} Para la EFSA, estanol o ésteres de estanol vegetal consiste en una mezcla de sitostanol y campestanol obtenidos por hidrogenación de fitoesteroles obtenidos de aceites vegetales (principalmente de la soja) y esterificados con ácidos grasos de aceite de colza refinado y bajo en ácido erúcido (cánola).

Sin embargo es interesante conocer las consideraciones que hace la autoridad sanitaria de Australia y Nueva Zelanda sobre esta solicitud:

- Analizar los efectos hipocolesterolemiantes, efectos nutricionales y seguridad de fitoesteroles agregados a jugos frutales y bebidas elaboradas a base de las mismas. Si bien la solicitud de la empresa se acompaña de un ensayo clínico y datos científicos adicionales, las autoridades consultarán otra información.
- La Ingesta Diaria Recomendada establecida por el Comité de Expertos Conjunto FAO/OMS sobre Aditivos Alimentarios (JECFA). En este sentido, consideran que es importante tener en cuenta la posibilidad de exceder estas dosis (especialmente en niños) al acumular la ingesta de fitoesteroles presentes en una cantidad creciente de alimentos.
- El aumento desmedido de jugos y derivados en busca de efectos “saludables” puede llevar a una ingesta excesiva de calorías proporcionadas por los mismos.
- El deseo de las empresas alimenticias de promocionar sus productos con fitoesteroles declarando propiedades relacionadas con la salud que no tengan un verdadero soporte científico.

Otros antecedentes: La AESA – Agencia Europea para la Seguridad Alimentaria- emitió una opinión positiva acerca de una solicitud para una declaración de “alimento saludable” de un alimento basado en la presencia de esteroides por parte de la multinacional Unilever, acompañándolo con el siguiente texto: “ *Los fitoesteroides han demostrado ser capaces de reducir/bajar el nivel de colesterol en sangre. La reducción de colesterol en sangre podría bajar el riesgo de la enfermedad coronaria.*”

Estevia y derivados.

Mientras tanto, de acuerdo a una noticia publicada por la agencia AP, Coca-Cola ya estaría comenzando a vender sendos productos con rebaudiósido A obtenido a partir de la *Stevia rebaudiana*, a pesar de no contar aún con la certificación por parte de la FDA acerca de su condición de GRAS (Generally Regarded as Safe). Al demorarse excesivamente, la empresa lanzaría tres versiones de un jugo de fruta OWALLI, edulcorado con este derivado de estevia.



Mientras tanto, Pepsico también está a la espera del dictamen sobre productos con estevia, dos versiones de SoBe LifeWater y Trop 50, un producto con jugo de naranja. En este caso, la empresa prefiere esperar a tener la opinión de la FDA.

Sin embargo, particularmente en EEUU existen algunas objeciones a la aprobación de este edulcorante. Principalmente lideradas por una organización denominada “**Center for Science in the Public Interest**”, los sectores que objetan la aprobación para productos de consumo masivo opinan que no se han realizado suficientes ensayos para probar la falta de carcinogenicidad del Reb A y por otro lado, que lo se ha hecho – cuya veracidad no ponen en cuestión- se ha realizado con aportes de Cargill, por lo cual habría un serio conflicto de interés.

Mercado futuro

De acuerdo a la agencia AP, un alto ejecutivo de Pepsico estima que la inclusión de edulcorantes como estevia o sus derivados deberían revertir la tendencia negative en la venta de gaseosas, que según analistas de mercado podría caer un 6% en el 2009

Traducido y resumido por Erica Wilson para Profitocooop