

TEXTFRU; Proyecto de I+D+i orientado a nueva texturización de frutas y verduras para la revalorización del descarte alimentario y generar una nueva oferta de vending saludable:



La sostenibilidad y la salud son dos factores decisivos en el nuevo consumidor consciente que está dedicando más tiempo y recursos económicos para su cuidado personal y para reducir el desperdicio alimentario, adoptando nuevos patrones de consumo sostenibles.

En este sentido Garaia consciente de este cambio del consumidor y en su lucha por la revalorización del 10-15% de su producción que no se comercializa debido a problemas de calibre, color, pequeñas imperfecciones, ha desarrollado el proyecto TEXTFRU , con el apoyo del programa HAZITEK 2.020, con el objetivo de crear unos topping o snacks con textura crujiente que fomente la competitividad a nivel local y estatal de Garaia en el mercado de los alimentos de mayor valor añadido.

A raíz de la implementación del proyecto se ha tenido un conocimiento más detallado del mercado de los snacks saludables, el cual se cifra en 33.300 millones de dólares con una tasa de crecimiento del 5,50% en el periodo 2020 a 2027, según un último report de Data Bridge, tal y como se muestra en el gráfico inferior.



Asimismo, se ha definido la oportunidad de nuevo negocio en la revalorización de las materias primas de Garaia como ingrediente crujiente ya sea para nuevos toppings o snacks vegetales 100% naturales.

El proyecto ha conseguido generar un protocolo de deshidratado mediante la implementación de la nueva tecnología de deshidratado mediada por energía radiante y presión al vacío, la cual ha ayudado a generar un producto muy bien valorado por el panel de consumidores.

Mediante el estudio de la nueva tecnología se ha visto que se puede lograr un snack 100% natural sin añadir aceite, sal, colorantes o aditivos. Esta diferenciación se refleja en un producto donde se ha mantenido su sabor y se ha generado una textura crujiente, es agradable para los consumidores y es de calidad superior. Es por ello que la nueva propuesta de valor está basada en la estrategia de diferenciación de un producto 100% natural y obtenido de verdura “descartada” generando un nuevo producto saludable y sostenible.



Figura 1.- Pruebas de deshidratado de pimiento. Primeras pruebas de deshidratado de diferentes tipos de pimiento (A) Pruebas de deshidratado de pimiento entero y en tiras (B) Ejemplo de protocolo de deshidratado y obtención de snack crujiente de pimiento