

# U.S. FOODLINK

El boletín bimestral para los importadores de alimentos USA

Vol. 21 No. 2



## 2025 Bebidas Sin Alcohol TENDENCIAS E INNOVACIONES

El consumo de alcohol en Estados Unidos, ha disminuido recientemente en respuesta a factores que van desde el crecimiento del movimiento de la Curiosidad Sobria y retos como el Enero Seco, hasta una mayor concienciación de los consumidores sobre los riesgos para la salud asociados al alcohol.

Según NIQ la categoría de bebidas sin alcohol, ha duplicado su participación en el mercado de bebidas alcohólicas en los últimos tres años. Los productos sin alcohol han ganado 18% de espacio en el los anaqueles (más de tres productos en promedio), en los últimos 4 años, mientras que el surtido de bebidas alcohólicas se ha reducido en aproximadamente 31 productos durante ese periodo. Las alternativas zero-proof, se han vuelto especialmente populares entre los grupos demográficos más jóvenes como la Generación Z y los Millennials, incluso entre aquellos que siguen comprando bebidas alcohólicas estándar. Dicho esto, a continuación presentamos algunas tendencias notables de bebidas No-alcohólicas a observar.

### Sabores tropicales

En ambas categorías de bebidas alcohólicas estándar y bebidas sin alcohol, se espera que las mezclas con sabores tropicales como las palomas, piñas coladas y ponches con ron, sean tendencia en 2025 y años adelante, lo que refleja una mayor demanda de perfiles de sabor de inspiración global o específicos de una región, entre los consumidores estadounidenses.

En lugar de desarrollar mezclas genéricas, las marcas de bebidas deben aprovechar las combinaciones de sabores auténticos y los ingredientes únicos como la fruta del dragón, la fruta de la pasión, el calamansi o calamondín y el ube. Por ejemplo, el lulo es una planta tropical perenne que suele cultivarse en Sudamérica, y que últimamente se está volviendo popular como ingrediente en bebidas.

*(Continúa en la página 2)*



Food  
Export  
Midwest USA™



Food  
Export USA  
Northeast™

[www.foodexport.org](http://www.foodexport.org)

# 2025 Bebidas Sin Alcohol

## Tendencias e innovaciones Continuación

También conocido como naranjilla, tiene un sabor cítrico y herbáceo que suele describirse como un cruce entre lima y ruibarbo. Las marcas capaces de desarrollar bebidas No-alcohólicas de inspiración tropical, que despierten la curiosidad y honren al mismo tiempo las ricas tradiciones culturales, reinarán en el mercado.

### Bebidas funcionales

También se espera que las bebidas no-alcohólicas que ofrecen beneficios funcionales, sigan siendo tendencia entre los consumidores estadounidenses, especialmente los que se preocupan por su salud. Recientemente, los fabricantes de bebidas sin alcohol han infundido a sus bebidas zero-proof vitaminas, ingredientes botánicos y adaptógenos que prometen diversos beneficios para el bienestar, desde el suministro de energía, extra hasta el apoyo a la salud intestinal a través de prebióticos o probióticos.

Otras oportunidades de crecimiento en este segmento son los productos de “Belleza desde Adentro” repletos de colágeno y antioxidantes, las opciones sin alcohol, con menos calorías y menos gramos de azúcar, y las bebidas más saludables u orgánicas que se relacionan directamente con etiquetas limpias y listas de ingredientes limpios. Los productos para mejorar el estado de ánimo que incorporan ingredientes nootrópicos y adaptógenos como el ginseng, la raíz de regaliz y las setas reishi, también están conquistando a estos consumidores. Por ejemplo, RYZE elabora un café de setas que incorpora seis hongos adaptógenos para combatir la niebla mental, aliviar el estrés y mejorar la concentración.

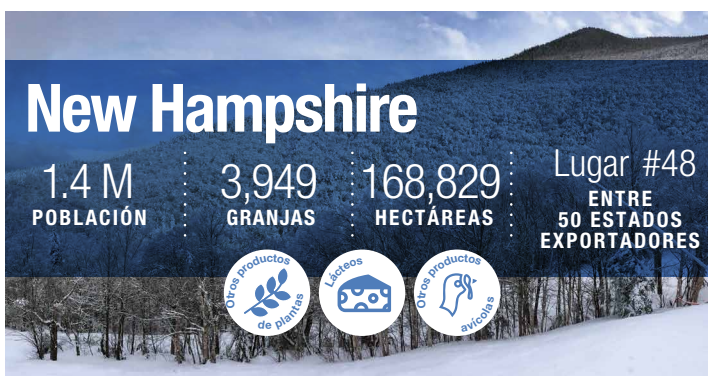
### Vinos sin Alcohol y Cócteles en Lata

Aunque la cerveza sin alcohol tiene aproximadamente el 85.1% del mercado total de las bebidas sin alcohol, según NIQ, los vinos sin alcohol representan el 11.2%, y las bebidas espirituosas sin alcohol constituyen el resto, lo que ofrece a las empresas de alimentos y bebidas, amplias oportunidades para innovar en vinos sin alcohol, en particular los tintos y los espumosos premium, que no hay en el mercado, según Sean Goldsmith, Director General y cofundador de The Zero Proof.

También se espera que en los próximos años sigan ganando popularidad los “mocktails” enlatados en formatos convenientes, listos para beber y adaptados a la ajetreada agenda y estilo de vida de los consumidores.



## Perfiles Estatales del Centro y Noreste USA



# Tendencias y Oportunidades de la Cocina Internacional en los Estados Unidos Para los Exportadores de Alimentos

A medida que el panorama mundial de la alimentación y las bebidas se diversifica más, los consumidores estadounidenses dan la bienvenida a una amplia gama de cocinas internacionales. Desde los tazones de kimchi coreano hasta la lumpia filipina, este apetito por la exploración cultural refleja no sólo un interés en los sabores atrevidos, sino también una preferencia por la autenticidad y la conexión a través de experiencias culinarias y gastronómicas. La creciente demanda de las cocinas internacionales en Estados Unidos, ofrece importantes oportunidades a los fabricantes y exportadores de alimentos y bebidas.

Profundicemos en algunas de las tendencias emergentes que recientemente han reconfigurado las preferencias de los consumidores estadounidenses.

## TENDENCIA #1: Cocina del Caos

La “Cocina del Caos”, es una tendencia culinaria inspirada en TikTok que consiste en combinar sabores, ingredientes y/o cocinas poco convencionales, para crear platillos totalmente nuevos. Este enfoque se ha vuelto particularmente popular entre la generación Z y la generación Alpha, según el Vicepresidente Culinario Senior en Chartwells Higher Education, el chef Joe Labombarda, que supervisa 280 programas de foodservice en universidades en los Estados Unidos, y da seguimiento a los hábitos de alimentación de los estudiantes universitarios de hoy, a través de encuestas a gran escala.

Mientras que la Cocina del Caos es similar a la cocina fusión, es mucho más experimental por naturaleza, lo que ha allanado el camino a nuevos platillos atrevidos e innovadores, desde tazones de ramen de birria y tortillas de kimchi, hasta bollos bao rellenos de pollo frito picante estilo Nashville.

## TENDENCIA #2: Experiencias Sensoriales Atrevidas

Los sabores intensos que pueden ofrecer experiencias sensoriales audaces también están de moda. La pimienta de Szechuan, conocida por su picor adormecedor, su aroma a lavanda y su toque cítrico y picante, es un buen ejemplo de esta tendencia. Este ingrediente es comúnmente utilizado en platillos salados como los dumplings estilo fusión y los fideos picantes salteados, así como en aceites de chile, salsas, e incluso alimentos envasados como los chips de papas-patatas fritas y ramen instantáneo.

El tamarindo, un árbol leguminoso conocido por su fruto ácido y ligeramente dulce, es otro ejemplo. El tamarindo, ingrediente clave del curry Thai y las sopas Thai Tom Yum, también está en tendencia en la coctelería y los dulces. El calamansi, un híbrido de cítrico excepcionalmente ácido cultivado principalmente en Filipinas, se usa cada vez más en caldos, platillos, bebidas, conservas, marinados, aderezos para ensaladas y otros condimentos. A menudo, la fruta se congela entera y se utiliza en lugar de cubos de hielo en bebidas que van desde el té y el agua, hasta cócteles y refrescos.

La cocina filipina en general ha cautivado últimamente a los paladares estadounidenses, impulsada por la creciente popularidad de alimentos como el ube, un ñame morado que se ha convertido en un ingrediente muy codiciado, presente en todo tipo de productos, desde helado de mochi hasta bebidas combinadas. Y gracias a su llamativo color púrpura, el ube también se utiliza como alternativa natural a los colores alimentarios artificiales, junto con otros ingredientes conocidos por sus vibrantes matices, como el azafrán, matcha y la espirulina, un alga verde azulada en polvo.

Otros ejemplos de ingredientes internacionales con potencial para ofrecer experiencias sensoriales atrevidas son la harissa, el gochujang, la trufa negra y el ajo negro fermentado, que van de la mano con la próxima tendencia mundial del sabor.

## TENDENCIA #3: Comidas Fermentadas

El apetito de los estadounidenses por alimentos fermentados como el kimchi y el tempeh, también ha seguido creciendo. Esta tendencia se ha visto impulsada en parte por la popularidad explosiva de la Cocina Coreana en los últimos años, con platillos tradicionales como bibimbap, bingsoo y dak-galbi, que han conquistado a los consumidores estadounidenses. El éxito masivo de todo lo Coreano, se evidencia con el reciente éxito de H Mart, una cadena surcoreana

de Mercados Asiáticos, que ya cuenta con 96 establecimientos en todo el mundo, la mayoría de ellos en Estados Unidos.

Aunque el proceso de fermentación se desarrolló originalmente para conservar alimentos y bebidas, hoy en día también se utiliza para añadir profundidad e intensificar el sabor de diversos alimentos y bebidas. El miso, una pasta fermentada a base de soya y otros ingredientes, se incorpora cada vez más a platos como los Fideos Udon con Tocino al Miso, y las Brochetas de Cerdo Caramelo al Miso, así como indulgentes cafés latte y sorprendentes postres, como las Galletas Matcha Miso Caramelo.

El creciente interés de los consumidores estadounidenses por los alimentos fermentados, refleja la creciente concienciación sobre sus beneficios para la salud y el bienestar, como el beneficio de mantener un microbioma intestinal sano y diverso, lo que refleja una cuarta tendencia que tiene menos que ver con el sabor y más con la funcionalidad.

## TENDENCIA #4: Sabores funcionales

Los consumidores estadounidenses conscientes de la salud, suelen sentirse atraídos por cocinas globales que pueden ofrecer beneficios funcionales y nutrir sus cuerpos y mentes, deleitando al paladar mismo tiempo. La raíz de achicoria, por ejemplo, se está utilizando como alternativa al café, con un rico sabor tostado pero sin cafeína, y al estar repleta de fibra prebiótica, también mejora la salud intestinal y la digestión, aspectos muy importantes para los consumidores hoy en día. Además del café, la raíz de achicoria también se está incorporando a productos ricos en fibra y bajos en azúcar, en gran parte porque contiene inulina, una fibra prebiótica a base de plantas, que puede reducir la mitad de la grasa y una cuarta parte del azúcar en las alternativas de helado saludables, buenas-para-ti, sin afectar drásticamente el sabor o textura.



La melena de león es otro ingrediente funcional y sabroso, que últimamente está de moda entre los consumidores estadounidenses. A pesar de su aspecto desgreñado, este hongo de textura similar a la carne y sabor umami, ofrece una larga lista de beneficios para la salud, como la reducción de la inflamación y la mejora de la función cognitiva. En el pasado, la melena de león se conseguía solamente en el pasillo de los suplementos, pero la empresa japonesa de sabores T. Hasegawa, la ha identificado como un ingrediente a tener en cuenta, en su informe de tendencias para 2025, y espera que será utilizado en snacks y mezclas de café en un futuro cercano.

## Una Fusión de Sabores y Oportunidades

El auge de las cocinas internacionales en Estados Unidos, refleja un cambio más amplio hacia la exploración culinaria, la conexión cultural y los platillos saludables. Para los exportadores internacionales de alimentos, esta tendencia representa una excelente oportunidad de introducir sabores auténticos en un mercado receptivo y en crecimiento.

Ya sea por del sabor de la sopa de tamarindo vietnamita, de la reconfortante calidez del bibimbap coreano o la vibrante dulzura de los postres filipinos de ube, los sabores internacionales han encontrado claramente un hogar en los corazones y las cocinas de los consumidores estadounidenses, allanando el camino para la innovación y la oportunidad.



## A+ Berry, Inc.

<https://aplusberry.com>

Lincoln, Nebraska

A+ Berry es una empresa de innovación alimentaria del Medio Oeste dedicada a liberar el poder de las Moras de Aronia, una de las superfrutas más ricas en antioxidantes que se cultivan en los Estados Unidos. Nuestra misión es crear productos deliciosos y saludables, que hagan que el bienestar sea fácil y disfrutable. Nuestra línea de productos incluye AroJuice, una bebida 100% prensada en frío, sin azúcares añadidos ni conservadores, y AroPowder, un versátil polvo de superfrutas para batidos, yogures y panificación. AroBoost está pensado para la nutrición de alto rendimiento y la recuperación, mientras que AroWine ofrece una sofisticada alternativa al vino sin alcohol, elaborado con Moras de Aronia para un sabor intenso y rico sin alcohol. Basados en la investigación científica y la agricultura sostenible, A+ Berry colabora con agricultores locales del Midwest-Centro de Estados Unidos para poner en el mercado productos naturales de primera calidad. Ahora disponible en más de 100 tiendas Hy-Vee y retailers premium, ¡hacemos que sea más fácil que nunca recargar tu día con el poder de las Moras de Aronia! Saborea y Alimenta tu bienestar.

<https://aplusberry.com>



## Dutch Waffle Company LLC

Plymouth, Indiana

Hace cinco años, salimos de los Países Bajos con una misión: ofrecer stroopwafles frescos y auténticos, en lugar de los stroopwafles que se hacen chiclosos, debido al envío al extranjero, nosotros homeamos nuestros stroopwafles diariamente, asegurando que cada bocado sea crujiente por fuera con un suave caramelo por dentro. En Dutch Waffle Company, ofrecemos opciones clásicas, opciones sin gluten y opciones veganas, todas hechas con el mismo amor y tradición transmitidos durante generaciones.

Estamos orgullosos de ofrecer, -además de nuestro stroopwafel, una masa para pay, que no necesita horno, hecha de los mismos wafles -sin el caramelo-, disponible en opciones clásicas y sin gluten. Y para que la experiencia sea aún mejor, servimos el mejor café sabor stroopwafel, que complementa a la perfección nuestras delicias recién homeadas. Sin largos procesos de transporte, sólo auténticas delicias holandesas elaboradas a diario en los Estados Unidos. Nuestro objetivo es sencillo: ofrecer los mejores stroopwafles del mundo, directamente de nuestra familia a la suya.



## The Fremont Company

Fremont, Ohio

Fremont es el principal fabricante de ketchup de marca propia en Norteamérica, y provee de ketchup Americano Premium, a los principales retailers estadounidenses e internacionales de todo el mundo.

Todo el ketchup Fremont es natural, sin sabores, colores, almidones, gomas ni conservantes artificiales. Las formulaciones de ketchup incluyen NBE estilo Heinz estadounidense Premium, una formulación de exportación más dulce, orgánico, no transgénico, picante, y opciones de ketchup más saludables. Fremont ofrece ketchup en una amplia variedad de botellas de plástico PET transparente de 425 g a 1.81 kg. El ketchup y las salsas BBQ Fremont se pueden encontrar en más de 85 países de todo el mundo.

**Para mayor información sobre estos u otros productos destacados, por favor escriba a: [FoodLink@foodexport.org](mailto:FoodLink@foodexport.org)**



## Egglife Foods, Inc

Wolcott, Indiana

Egglife está imaginando el futuro de la alimentación sustituyendo la harina con huevo. Los wraps de clara de huevo Egglife®, son wraps de tortilla bajos en carbohidratos llenos de proteína, sin azúcar, gluten, sin granos. Transforma tus comidas favoritas con el wrap perfecto, -desde sándwiches a pizzas, tacos y enchiladas, mantequilla de cacahuate-mani y mermelada, ¡y mucho más! Los wraps egglife están disponibles en tres deliciosos sabores, -original, ajo y hierbas tostadas, y salsa del jardín. Más información en [egglifefoods.com](http://egglifefoods.com)



## Simply Salsa / E. Formella & Sons Inc.

Oak Forest, Illinois

El Corazón de Nuestra Familia en Cada Frasco! En Simply Salsa, somos más que una marca de salsa - somos una familia con la misión de compartir nuestro amor por la comida fresca y llena de sabor. Lo que comenzó como una receta casera, se ha convertido en una empresa que lleva el corazón de nuestra cocina familiar a los hogares de todo el mundo.

Simply ha sido una empresa familiar desde su creación en 2011. Era un sueño de los propietarios en ese momento, llevar una receta de salsa casera al mercado. Simply Salsa se introdujo al público y tuvo un éxito instantáneo ganando seguidores locales en los supermercados y los mercados callejeros. Desde que lanzamos estas recetas al mercado, nuestra salsa ha adquirido reputación por su oferta de salsas artesanales premium, que cautivan los paladares con sabores vibrantes y los mejores y más frescos ingredientes.

En los últimos años, Simply Salsa ha hecho un gran esfuerzo por ser más ecológica al asociarse con E. Formella & Sons para ser el fabricante de nuestra salsa. Gracias a esta alianza, nuestra salsa será fabricada en una planta de alimentos certificada SQF con más de 100 años de conocimiento y experiencia. Las instalaciones de E. Formella & Sons instalaron recientemente paneles solares en sus instalaciones para ayudar a crear un entorno saludable y bienestar para las generaciones futuras. La reducción de la huella de carbono de E. Formella & Sons, se alinea con la misión de Simply Salsas de priorizar la mejora continua en toda la empresa de arriba a abajo.



## Elmhurst Milked LLC

Elma, New York

**Nutrición superior a base de plantas. EL MÉTODO HYDRORELEASE™**

Nuestro proceso es más sencillo y mejor de principio a fin. En primer lugar, el singular método HydroRelease™, nos permite utilizar más del grano, fruto seco o semilla de origen. Esto se traduce en una nutrición y sabor superiores con menos ingredientes. Después de esto, envasamos nuestros productos en contenedores de cartón reciclables y estables en el anaquel. Muchos de nuestros productos tienen diversos usos, que van desde la cocina al café, pasando por las sopas y las salsas.



## Giovanni's Appetizing Food Products Inc.

Richmond, Michigan

Giovanni's es una empresa familiar estadounidense, dedicada a la producción de alimentos de calidad desde hace más de 83 años. Situados en el sureste del estado de Michigan, somos el único envasador estadounidense de alimentos en tubos. Nuestra Pasta de Tomate Orgánica certificada por USDA, es la manera perfecta de añadir un rico y sabroso sabor a tomate a sus platillos favoritos. Elaborada únicamente con tomates orgánicos maduros, cultivados en California, cuidadosamente seleccionados y procesados, nuestra pasta de tomate es un ingrediente versátil que se puede utilizar en una gran variedad de recetas, desde platillos italianos clásicos, hasta sustanciosos guisos y sopas. Envasada en prácticos tubos, nuestra pasta de tomate es fácil de usar y almacenar, sin desperdicios ni líos. Además, está certificada como orgánica por USDA, lo que garantiza que no contiene productos químicos ni aditivos nocivos. Todos los productos Giovanni son procesados en los Estados Unidos, y tienen una vida de anaquel de 730 días.

USDA Organic | Sin gluten | Fabricado en USA | Tubo reciclable [gioapp.com](http://gioapp.com)



## Hoard's Dairyman Farm Creamery

Fort Atkinson, Wisconsin

W.D. Hoard, editor pionero y ex gobernador de Wisconsin, estableció su granja lechera en 1899, y hoy, los descendientes del rebaño original de vacas Guernsey de Hoard, siguen llamando a la granja lechera Hoard's Dairyman Farm su hogar.

Un buen queso proviene de una buena leche, y una buena leche proviene de vacas Guernsey bien alimentadas, que reciben cuidados excepcionales y viven en un entorno sin estrés. Hoard's Dairyman Farm utiliza tecnología de punta, y las técnicas ganaderas más avanzadas para producir leche y queso del rebaño de vacas Guernsey con el registro más antiguo de Norteamérica, y posiblemente del mundo.

La leche Guernsey es naturalmente más alta en grasa butírica, esta propiedad se mantiene en el queso, pero lo más importante es que el alto contenido de grasa butírica de la leche, crea un sabor rico y cremoso y da a los quesos una textura lujosa y sedosa.



## Hudson Exports Inc.

Edison, New Jersey

Hudson Exports es un consolidador y distribuidor internacional de Productos Estadounidenses con sede en Nueva Jersey. Trabajamos con retailers en más de 18 países de todo el mundo, para ayudar a nuestros socios a satisfacer sus necesidades de productos USA de gran consumo.

PRODUCTOS: Kellogg's, Starbucks, Ocean Spray, Lays Stax, Arizona, Karmalize, Munk Pack, Lundberg, Walden Farms, Herr's, Brad's.



## J.R. Kelly Company

Collinsville, Illinois

J.R. Kelly Company es el principal exportador de Horseradish-Rábano picante de Estados Unidos. No sólo proveemos Horseradish-Rábano picante a nivel nacional, sino también a nivel internacional, enviando toneladas a todos los rincones del mundo.

J.R. Kelly Company ofrece diferentes grados de Horseradish- Rábano picante, para satisfacer todas necesidades en el mundo del este delicioso condimento. A granel para grandes fabricantes de alimentos, o fresco, J.R. Kelly lo que necesite.

Como líder en la industria del Horseradish-Rábano picante, J.R. Kelly busca constantemente nuevos mercados para ampliar su alcance global. Nuestra amplia red de productores y la certificación PrimuGFS, se combinan para hacer de J.R. Kelly Company el proveedor más fiable en el mercado del rábano picante. Visite [www.jrkelly.com](http://www.jrkelly.com) para más información.



## Maia Yogurt

Hamden, Connecticut

MAIA YOGURT, 100% LECHE DE VACAS ALIMENTADAS CON PASTOS, YOGURT DE DURAZNO-MELOCOTÓN - Leche de Vacas 100% Alimentadas con Pastos, puré de durazno-melocotón y una pizca de azúcar de caña. ¡Es dulce pero no azucarado! Nuestro nuevo producto de más rápido crecimiento y ahora disponible para exportación. Lleno de Amor, No de Azúcar.

MAIA YOGURT, 100% LECHE DE VACAS ALIMENTADAS CON PASTOS, YOGURT DE CEREZA-GRANADA - Leche de Vacas 100% Alimentadas con Pastos con Cereza y Granada, un dúo icónico que nadie se esperaba. Nuestro producto más nuevo y listo para conquistar sus corazones y paladares. Lleno de Amor, No de Azúcar. Producto refrigerado.

Hamilton Colwell, Fundador, 1-203-645-2406 [Hamilton@maiaiyogurt.com](mailto:Hamilton@maiaiyogurt.com)  
[www.maiaiyogurt.com](http://www.maiaiyogurt.com)



## Market Square Popcorn Company

Indianapolis, Indiana

El snack favorito de todo el mundo: ¡PALOMITAS! Llevado a otro nivel por Market Square Popcorn, que se especializa en la elaboración de palomitas gourmet, hechas en Estados Unidos, que deleitan a clientes individuales, clientes corporativos y organizadores de eventos por igual. Fundada en los "Los Cruces de América", nos enorgullece de abastecernos del mejor maíz de grano entero de Indiana para crear una variedad de sabores irresistibles que elevan el aperitivo favorito de América. Desde Sweet Heat-Dulce Picante hasta Butter Crunch Caramel-Caramelo Mantequilla, pasando por Aged Sharp Cheddar-Cheddar Fuerte, Market Square Mix y el clásico Movie Theater Butter, cada grano es un testimonio de nuestra pasión por la calidad y la creatividad.

Nuestros servicios van más allá, adaptados a las necesidades de clientes y empresas. Ofrecemos pedidos personalizados para eventos especiales, regalos de empresa, marca propia y soluciones para la recaudación de fondos, Market Square Popcorn lo tiene todo. Descubra el sabor de Indiana y descubra por qué somos más que palomitas, en <https://marketsquarepopcorn.com>

Para mayor información sobre estos u otros productos destacados, por favor escriba a: [FoodLink@foodexport.org](mailto:FoodLink@foodexport.org)



## Pureluxe Inc.

*Pittsburg, Kansas*

Los alimentos para mascotas PURELUXE se elaboran para mascotas que viven en entornos modernos, utilizando ingredientes holísticos, carnes frescas, superalimentos y micronutrición avanzada para favorecer la salud inmunitaria y la digestión. Gracias a su compromiso con la transparencia, PURELUXE ayuda a los dueños de mascotas a entender con confianza, la nutrición de alta calidad que proporcionan a sus mascotas de compañía. [www.pureluxepetfood.com](http://www.pureluxepetfood.com)



## Red Jacket Orchards

*Geneva, New York*

¡Puro, fresco y delicioso! Red Jacket Orchards lleva más de 60 años exprimiendo jugos-zumos 100% naturales en la región de los Finger Lakes de Nueva York. Prensados en frío y sin filtrar, estas bebidas sin alcohol están repletas de nutrientes, tal y como la naturaleza lo quería, y siempre deliciosas. Con el 150% de la ingesta necesaria diaria de Vitamina C, y micronutrientes como potasio, fibra y antocianinas, contribuyen a mejorar el funcionamiento del cerebro. Los azúcares naturales garantizan una energía constante, evitan la baja espontánea de azúcar y favorecen la función cerebral cuando más se necesita. También sirven para preparar cócteles y mocktails increíbles. Visite [www.redjacketorchards.com](http://www.redjacketorchards.com) para obtener una lista completa de nuestras líneas de bebidas refrigeradas.



## Ocean C Star LLC

*New Bedford, Massachusetts*

Ocean C Star, LLC se estableció en 2010 y se localiza en New Bedford, Massachusetts. Somos una empresa con registro FDA y USDC QMP, y somos la única planta de procesamiento de conchas marinas en Massachusetts. Trabajamos en estrecha colaboración con los pescadores locales para ofrecer a nuestros clientes carne de concha procesada el mismo día y de alta calidad. La concha es un manjar muy conocido en la cocina cantonesa, con un sabor rico y dulce en muchos platos, como sopas y salteados. La carne de caracola congelada es el producto estrella de nuestra empresa y somos el proveedor favorito en Hong Kong y Macao.



## Spritzal Cookie Company, LLC

*Rockland, Massachusetts*

**Spritzal Cookie Company: Galletas Premium Etiqueta Limpia "Shortbread" de Mantequilla**

Spritzal Cookie Company es una marca propiedad de mujeres con certificación WBENC dedicada a la elaboración de galletas de mantequilla de etiqueta limpia, totalmente naturales inspiradas en una querida receta familiar. Con sede en los Estados Unidos, aportamos un toque moderno a las galletas de mantequilla tradicionales, ofreciendo sabores innovadores como Tarta de Moras Azules, Limón Amarillo, Pastel de Cumpleaños y Chispas de Chocolate con Almendras.

Nuestras galletas se elaboran con ingredientes sencillos y de alta calidad, libres de aceite de semillas, colorantes ni nada artificial, lo que garantiza un sabor puro y casero. Cada galleta es mantecillosa, ligera y se derrite en la boca, deliciosa, lo que las hace perfectas para tiendas y secciones gourmet, tiendas de regalos y mercados internacionales que buscan snacks estadounidenses de primera calidad.

Con una creciente demanda y presencia en grandes cadenas de supermercados USA, como Kroger, Fresh Thyme y Walmart Marketplace, Spritzal está ampliando su alcance global. Damos la bienvenida a compradores internacionales que buscan galletas sanas, estables en anaquel, y de alta calidad que llamen la atención de los consumidores modernos. Para más información, visite [www.spritzal.com](http://www.spritzal.com) o envíe un correo electrónico a [info@spritzal.com](mailto:info@spritzal.com)



## Yes Honey

*Norwood, Missouri*

**Yes Honey: Bebidas Dulces, Naturalmente Mejores**, Yes Honey está transformando la industria de las bebidas con refrescos endulzados con miel que son deliciosos, saludables y atractivos en todo el mundo. Sin jarabe de maíz, azúcar, stevia, colorantes artificiales, aromas ni gluten, nuestras sodas contienen ingredientes naturales aptos para veganos, enriquecidos con Ashwagandha, L-teanina y Vitaminas B. Ofrecemos opciones con cafeína natural y sabores sin cafeína, para satisfacer todas las preferencias.

Nuestras bebidas, elaboradas en Estados Unidos se dirigen a consumidores que cuidan su salud y a quienes tienen restricciones dietéticas. Al sustituir los edulcorantes tradicionales por miel de origen sostenible, ofrecemos una alternativa única que es tan respetuosa con el planeta como con su paladar.

Con un rápido crecimiento den supermercados y tiendas en Estados Unidos, y el reconocimiento en diversos mercados, en Yes Honey estamos listos para compartir nuestros productos naturalmente dulces con el mundo. Los compradores que buscan productos mejores para los consumidores y con el medio ambiente encontrarán en Yes Honey la combinación perfecta. <https://www.yeshoneybrand.com>

**Para mayor información sobre estos u otros productos destacados, por favor escriba a: [FoodLink@foodexport.org](mailto:FoodLink@foodexport.org)**

# noticias breves

**A medida que los consumidores anhelan un clima primaveral más cálido, los sabores florales están creciendo en popularidad, especialmente entre la Generación Z y los consumidores más jóvenes,** según datos recientes. Fl habló con un experto del sector sobre estas incipientes tendencias y sus implicaciones más profundas.

**En un estudio reciente de la Asociación Nacional de Alimentos Congelados y Refrigerados, el 62% de los consumidores afirmaron que las etiquetas “sin hormonas ni antibióticos” influyen en sus compras de productos lácteos.** Los beneficios de salud, como las proteínas y los probióticos, también motivan la compra de productos lácteos.

**Con las tendencias de salud intestinal inspirando miles de millones de visitas a TikTok, crece la demanda de alimentos funcionales que favorezcan la digestión.** Las marcas de alimentos y bebidas están aprovechando este creciente interés, para lanzar productos formulados con probióticos y prebióticos.



**Tyson Foods elevó sus previsiones de ventas anuales, ya que la fuerte demanda de sus productos de carne de vacuno y pollo le ayudó a superar las estimaciones del primer trimestre.** La empresa espera que sus ventas para el año fiscal 2025, se sitúen en un rango del +1%, frente a la previsión de crecimiento anterior de entre 0% y -1%, informó Reuters.

**El futuro de la carne alternativa, podría estar liderado por aventureros flexitarianos-omnívoros, deseosos de explorar alternativas.** Las opciones a base de plantas, mínimamente procesadas serán la clave, según Indy Kaur, líder de Plant Futures Collective.

**El Aji Amarillo, sabor del año de McCormick, es un pimiento vibrante, conocido por sus notas afrutadas y tropicales y su picor moderado.** Y está a punto de arrasarse en los menús de alimentos y bebidas de todo el mundo.

**Las marcas propias siguen manteniendo su dominio en el sector de los bienes de consumo, con un crecimiento interanual de US\$9,000 millones de dólares en 2024.** Como resultado, abundan las oportunidades de innovación.

**Aunque el 68% de los consumidores globales desean comer más alimentos a base de plantas, solo el 20% lo hace regularmente, menos que el 23% que lo hacía en 2023.** En una encuesta realizada por EAT y GlobeScan, el 42% de los respondientes, citó el precio como un obstáculo importante, mientras que el 35% dijo que el sabor de las opciones a base de plantas les desalentaba.



**La 49ª edición de la feria anual Winter Fancy Food Show ofreció una visión de las tendencias y conversaciones que guiarán el sector de los alimentos de especialidad en 2025.** Una conclusión clave: Los consumidores buscan autenticidad.

**Los costos mundiales de producción de leche aumentarán en la próxima década, según Rabobank.** El grupo financiero con sede en los Países Bajos señala como causas la presión normativa, los costos asociados a la transición energética, y el incremento en las tasas de interés, informa Just Food.

**Según Technavio, se prevé que el mercado de ingredientes funcionales crezca hasta los 53.140 millones de dólares en 2028, con un CAGR del 7,38%.** Los probióticos, junto con los alimentos y bebidas ricos en ácidos grasos omega-3, están resonando entre los consumidores conscientes de la salud.

**PepsiCo prevé un beneficio anual por debajo de las expectativas debido al debilitamiento de la demanda estadounidense de sus snacks y refrescos.** La empresa prometió hacer fuertes inversiones para la revisión de los productos existentes, y en el lanzamiento de nuevos productos de inspiración global, informó Reuters.



## U.S. FOODLINK

FOOD EXPORT – MIDWEST &  
FOOD EXPORT – NORTHEAST STAFF

**Brendan Wilson**  
Director Ejecutivo / CEO

**Michelle Rogowski**  
Directora de Operaciones/  
Directora Adjunta

**Laura England**  
Directora de Comunicación/  
Directora Adjunta

**Teresa Miller**  
Directora de Programas y  
Asociaciones

**Gina Donio**  
Gerente de Marketing y  
Comunicaciones

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

309 W. Washington, Suite 600  
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](mailto: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](mailto:info@foodexport.org)

 Food Export - Midwest &  
Food Export - Northeast

 Food Export - Midwest &  
Food Export - Northeast

 Food Export - Midwest &  
Food Export - Northeast

 [foodexportsusa](https://www.instagram.com/foodexportsusa)

### 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: