

Wania utiliza garbanzos, arvejas y lentejas como materia prima

Snacks que suben el consumo de legumbres

No contienen ingredientes de origen animal ni gluten, y cuentan con certificación libre de GMO.

MELISSA FORNO

Algunos les cuesta incorporar las legumbres en su dieta, incluso en esta época, cuando comienza el frío. Precisamente, una opción distinta es consumirlas a través de snacks.

Vitafoods, compañía chilena de innovación alimentaria, no solo desarrolló chips de papas, que comercializa bajo la marca Wania, sino también snacks de ramitas de garbanzos; arvejas crujientes con sal del Himalaya; otras con toque de limón y cilantro, y un mix alto en proteínas que contiene lentejas, arvejas y palitos de garbanzos, entre otros productos.

Según lo informado en los envases, los snacks de legumbres son libres de GMO

(por sus siglas en inglés, Organismos Genéticamente Modificados). Tampoco contienen gluten ni ingredientes de origen animal. Para tener una idea de su información nutricional, por ejemplo, el mix alto en proteínas, sabor tomate albahaca, entrega 13,9 gramos de proteínas y 6 gramos de fibra por cada 100 gramos.

Actualmente, Wania cuenta con 50 clientes que adquieren constantemente sus productos y está presente en diversas tiendas del canal saludable a través de distribuidores.

Tahir Saeed, encargado de operaciones de Vitafoods SpA, explica que "escogimos desarrollar snacks con legumbres porque muchos las están consumiendo debido a su contenido de fibra y proteínas".

La empresa desarrolló un método de centrifugado para disminuir el exceso de grasa saturada entre un 30% y un 55%, dependiendo de la marca con la que se haga la comparación. "Esta aplicación nos permitió crear una nueva categoría



RUBEN GARCIA

Los snacks de Vitafoods se venden bajo la marca Wania.

de papas y otros snacks, como chips centrifugados, y registrarlos como marca", dice.

Además, patentaron el desarrollo denominado Krystaless Salting, que reemplaza los cristales de sal por sal líquida, logrando su distribución homogénea en todo el producto. A su vez, disminuye el contenido de sodio al disolverse uniformemente en todo el snack y reduce entre un 30% y un 50% el contenido de sodio.

Saeed añade que "nos tomó cuatro años patentar ambos desarrollos. Uno de los mayores problemas en esta industria es el contenido de grasa saturada y los altos niveles de sodio. En los snacks se utiliza un cristal de sal que, cuando se añade, no se disuelve completamente en los productos, sino solo alrededor de un 20%. Por tal motivo, nos demoramos alrededor de seis meses en llegar a una solución y la encontramos al aplicar sal líquida, que a su vez permite reducir el contenido de sodio. Las desarrollamos en laboratorios de acá y estamos tratando de expandir la patente a otros países de Latinoamérica".

¿Cómo fue el proceso para entrar al canal de tiendas saludables?

"Pese a que la mayoría de las personas adquiere productos de las grandes marcas, nos enfocamos en elaborar un buen producto para que, cuando lo probaran, se dieran cuenta de que era saludable. Esto generó una especie de 'boca a boca' que permitió que comenzaran a contactarnos. El principal problema es la dificultad para ingresar a las cadenas y estamos estancados en ese punto. Somos una de las marcas más saludables de Chile y ha sido muy difícil entrar al retail. Por tal motivo, estamos abiertos a buscar distribuidores que quieran llevar nuestros productos a diferentes ciudades del país".