

Givaudan

Realizó un seminario sobre nuevos sabores cítricos



A través del programa TasteEssentials™ Citrus, la empresa Givaudan desarrolló durante el último año un estudio en América Latina para comprender los requerimientos del consumidor y distinguir las nuevas tendencias en el mundo de los cítricos. Para dar a conocer los resultados de la investigación y ofrecer un panorama sobre las herramientas y metodologías de trabajo utilizadas, el 19 de noviembre se realizó un seminario sobre cítricos para la prensa en las oficinas de la empresa, ubicadas en la localidad de Munro, provincia de Buenos Aires.

El TasteEssentials™ es un programa global formulado por Givaudan cuyo propósito principal es el desarrollo de sabores de excelencia con perfiles únicos para los consumidores. Utilizando esta herramienta se realizó un estudio durante el último año en América Latina para entender las exigencias del consumidor y distinguir "lo que vendrá" de lo que existe actualmente con respecto a la naranja, siendo éste el sabor frutal preferido por el mundo y específicamente por la región. Con el objetivo de presentar los hallazgos obtenidos, la empresa realizó un seminario para un grupo de periodistas, que además incluyó la cata de nuevos sabores y la visita a los laboratorios.

Para comenzar Julia Gaeta, Gerente de Marketing y Comunicación, ofreció una exposición sobre las tendencias y el perfil de los consumidores e hizo hincapié a los gustos y preferencias de los argentinos que *"tienen buena aceptación por notas de naranja madura, bien como perfiles jugosos, frescos con diferenciación en notas de toronja"*.

Más tarde la prensa invitada pudo catar los nuevos sabores de naranja a través del "MultiSniff", un innovador equipo que, manejado desde una computado-

ra, permite la liberación de esencias en forma rápida y sincronizada a través de cuatro narices electrónicas.

Asimismo y guiados por el Gerente de aplicaciones Carlos Acurso, visitaron los laboratorios de la empresa para conocer la tecnología implementada, como el "Sintetizador de Aromas Virtual™ (VAS)" y el "CardSniff", herramientas que permiten presentar a los clientes una gran variedad de conceptos de sabores completamente novedosos y adaptarlos rápidamente a un sabor particular. Otro de los instrumentos utilizados es la camioneta "Sensory Van", creación del equipo de Givaudan Argentina, que posee cabinas sensoriales móviles para desarrollar testeos de sabores en puntos de venta o donde el cliente lo requiera.

Con más de 200 años de experiencia a nivel mundial, Givaudan cuenta con un equipo interdisciplinario que involucra las áreas *Sensorial, de Creación y Aplicación del sabor, de Marketing y de Consumo*, todas al servicio de sus clientes y las tendencias del mercado.

Más información:

<http://www.givaudan.com/givcom/>