

Fuente: EL TIEMPO – Jueves 31 de mayo de 2007 – Página 1-12 (Por LAUREN ETTER y BETSY MCKAY; The Wall Street Journal)

Coca-Cola Co. y Cargill Inc. Se han asociado para comercializar un nuevo endulzante natural y sin calorías que podría atraer a los consumidores conscientes de su salud y reordenar el mercado global de edulcorantes artificiales.

El nuevo producto llamado rebiana, marca un hito en la larga búsqueda de la industria de las bebidas por encontrar el “Santo Grial” de los edulcorantes: uno que pueda endulzar los productos de manera natural y sin calorías.

Actualmente, este mercado está dominado por el azúcar, el jarabe de maíz alto en fructosa y edulcorantes sintéticos como el aspartame y la sucralosa. Como los consumidores exigen cada vez más alimentos saludables que tengan orígenes naturales, Coca-Cola y Cargill bien pueden haber encontrado una mina de oro.

A fines de la semana pasada, Coca-Cola registró silenciosamente 24 patentes relacionadas con el nuevo producto. La compañía dice que busca los derechos exclusivos para desarrollar y comercializar el uso de rebiana en las bebidas. Cargill, en tanto, lo usará en productos alimenticios como yogures, cereales, helados y dulces.

Cargill también estudia comercializarlo como un endulzante de mesa. Pero debido a su polémico pasado, el producto enfrentará serios desafíos regulatorios y de producción.

Rebiana es un derivado de la stevia rebaudiana, o estevia, un arbusto sudamericano cuyo uso alimenticio está prohibido en Estados Unidos y Europa. Un estudio realizado en 1985 vinculó esa hierba con problemas hepáticos y algunas autoridades alimenticias europeas han expresado preocupación sobre su posible toxicidad.

Coca-Cola y Cargill afirman que comercializarán la rebiana primero en aquellos países donde está autorizado como aditivo, como es el caso de Argentina, Brasil, Paraguay, entre otros países sudamericanos, y Japón. Paralelamente, las compañías buscarán su autorización en E.E.U.U.

La rebiana nunca se ha producido en cantidades como las que se necesitarían para una distribución global. Cargill dice que ha dedicado tres años a desarrollar un sistema de cultivo con socios en China, Paraguay y Argentina, con el fin de asegurarse que la producción crezca a paso seguro y que el producto retenga su calidad, seguridad y sabor.

Para Coca-Cola, la rebiana representa la culminación de una larga búsqueda secreta. Sus científicos llevan más de una década tratando de descubrir formas en que la stevia pueda endulzar las bebidas de la compañía. Si bien los extractos de la hierba se usan hace tiempo para endulzar algunos alimentos y se han incluido en suplementos alimenticios, muchas veces dejan un sabor algo amargo. Coca-Cola dice que las tecnologías que busca patentar permiten identificar y extraer las partes de mejor sabor de la hoja de la stevia, creando un edulcorante que no deja un sabor amargo.

La compañía afirma que ha realizado pruebas extensas con consumidores y expertos y que ha recibido buenas respuestas de ambos.

Para Cargill, la introducción de la rebiana es un impulso a sus esfuerzos por expandirse más allá de su portafolio agrícola. Además, se convertiría en un competidor más serio para su archirival Archer-Daniels-Midland, el mayor productor estadounidense de jarabe de maíz, y aumentaría la presión sobre edulcorantes sintéticos como NutraSweet, producido por la compañía de Chicago NutraSweet Co.

“Vemos este producto como una transformación”, dice Dirk Reif, un científico de Cargill que ha viajado a muchos países para desarrollar el sistema de producción de la rebiana.

La stevia es originaria de Paraguay, pero el país donde más se cultiva ahora es China. Se ha usado durante siglos para endulzar té, pasteles y otros productos, y desde los años 70 se ha vuelto popular en Japón y Corea del Sur.

Pero algunos países prohibieron su uso masivo después del estudio que vinculó la hierba con problemas al hígado. Otras investigaciones sugieren que la stevia, cuyo extracto tiene una dulzura 300 veces mayor que la del azúcar, podría ayudar a controlar la hipertensión y la diabetes, y que reduce la grasa.

Coca-Cola aún no ha decidido que productos endulzará con la rebiana. Pero es poco probable que lo haga en la Coca-Cola clásica, ya que una alteración en la fórmula podría generar un completo cambio de sabor. En 1985 intentó modificar levemente la fórmula de su bebida principal al introducir la nueva Coca-Cola. Pero ello causó tanta resistencia entre los consumidores, que 79 días después la empresa tuvo que volver a su fórmula original. Y modificar la Coca-Cola Diet también tiene sus riesgos, ya que tiene un séquito de fanáticos. De hecho, en EE.UU. es la tercera bebida más popular.