

Nota de prensa

Carrefour y Taste Shukran lanzan al mercado su propuesta saludable “ready to eat”: faláfel con hummus

- **El producto estará a la venta en agosto en 135 hipermercados del grupo Carrefour.**

Madrid, 27 de julio de 2020.- El grupo de alimentación [Taste Shukran](#) lanzará al mercado próximamente una propuesta saludable lista para comer: faláfel con hummus tradicional. La combinación, que se comercializará en la sección de refrigerados de 135 hipermercados de Carrefour, estará compuesta por dos envases que contendrán 150 gramos de hummus tradicional y 150 gramos de faláfel. Se trata de una firme apuesta del grupo de alimentación por contribuir a la tendencia “ready to eat” de una manera más saludable.

El consumo del hummus se ha disparado de forma exponencial en los últimos años y el motivo está en sus ingredientes cien por cien naturales y en todas las propiedades que aporta al organismo. El hummus, es una crema de garbanzos elaborada con tahini (semillas de sésamo) y limón. Un sencillo alimento que es una gran fuente de energía y de proteínas de origen vegetal, tiene vitamina A, B1, B2, B3, ácido fólico y es rico en minerales esenciales como fósforo, potasio, calcio, hierro, magnesio y zinc.

Patricia Gallego, CEO de Shukran Group explica que “es habitual consumir este producto para dipear con snacks saludables como las crudités, pero, los consumidores, nos estaban demandando cada vez más otras opciones para dipear y por eso apostamos por el faláfel”. El faláfel es una croqueta elaborada con garbanzos y especias que combinan a la perfección con el hummus, creando una receta proteica y llena de energía. Un producto “ready to eat” que permite disponer de un menú saludable cuando no se dispone de tiempo para cocinar y que puede ser consumido en cualquier lugar.

Los hummus de Taste Shukran están elaborado con ingredientes cien por cien naturales, no contienen aditivos, ni gluten, ni lactosa, por lo que son aptos para todos los consumidores. Además, cuenta con etiquetado Nutriscore A, un etiquetado promovido por la Organización Mundial de la Salud que indica en una escala de cinco colores y niveles con letras (A, B, C, D, E) el producto más favorable en términos nutricionales (letra A, color verde) y el menos favorable (letra E, color rojo). Es una forma clara y visual de hacer ver al consumidor el valor nutricional de los alimentos y permitirle elegir entre productos similares el más saludable.

Actualmente, Taste Shukran cuenta con nueve variedades de hummus: tradicional, de mango, de albahaca, de pimiento, de aguacate, de trufa, de ajo negro, mutabal y de edamame.

El objetivo de Shukran Group es seguir introduciendo nuevas variedades y combinaciones de hummus en los lineales de las principales cadenas de distribución y estar presentes en todas las ciudades de España. En la actualidad sus productos se comercializan en más de 500 puntos de venta, gracias a los acuerdos logrados con los principales grupos del país.

Sobre Taste Shukran

La compañía nace en 2010 de la mano del empresario libanés Bill Saad. Se trata de una empresa de referencia en el sector de la alimentación, especializada en cocina mediterránea con influencia libanesa. Shukran Group, posee además la línea de retail Taste Shukran, que comercializa distintos productos como hummus, cremas, salsas y baklawas. Los productos y recetas que completan la oferta de Shukran Group son elaborados de en un obrador propio de 1000 metros cuadrados, en el que se combina la última tecnología con el trabajo artesano. Actualmente, sus productos se distribuyen en más de 500 puntos de venta. <http://shukranguroup.com/>

Para más información:

Mabel Calatrava

Press & PR Consultant

mabel@mabelcalatrava.com

655 174 313