

La nueva ReEvolución del Foodturo alimentario: Sostenibilidad, Salud y Personalización

LA BATIDORA
by **ATREVIA**

Ahora que empezamos un nuevo año, es hora de hacerse dos preguntas ¿Qué comeremos en el futuro? ¿Será igual o diferente? ¿mejor o peor?. La respuesta viene marcada por la nueva realidad pre y post- covid 19, donde el consumidor cada vez está más preocupado por su salud y más informado e hiperconectado. Todo ello ha conllevado un cambio en el paradigma de la innovación alimentaria y de la transparencia en la composición de los alimentos procesados. Esto también se ha traducido en un fervor por la gastronomía surgiendo una gran generación de "Foodies" apasionados por la comida, recetas, nuevos restaurantes, tendencias y el uso de tecnologías para fusionar la gastronomía con una nutrición saludable, llegando a surgir restaurantes con nutrición personalizada basada en estudios nutrigenómicos como es el ejemplo de Vita Mojo en Reino Unido o el restaurante japonés Sushi Singularity de Tokio quien a través de Inteligencia artificial y nutrigenómica recomienda un plan nutricional personalizado al cliente.

Esta pasión por la comida y exploración de lo saludable ha generado un mayor conocimiento de ingredientes naturales, nuevas fuentes de proteína vegetal, bebidas funcionales, o alimentos listos para el consumo con un procesamiento positivo y con una etiqueta "clean label" libre de aditivos-conservantes, potenciadores de sabor, colorantes u OGM. En, este contexto el nutricionista ha tomado un papel relevante-esencial en la innovación de alimentos, aportando su conocimiento macromolecular y micromolecular de las materias primas para generar nuevos alimentos saludables.

El nuevo consumidor consciente podíamos decir que tiene 10 demandas que debemos de tener en cuenta a la hora de innovar:



1.

**Alimentos Saludables,
con especial atención en la
proteína vegetal.**

2.

**Reducción de nutrientes
críticos (sal, azúcar, grasas
saturadas).**

3.

**Transparencia en el
etiquetado tanto a nivel
nutricional como a nivel de
prácticas de empresa.**

4.

**Alimentos funcionales con
aval científico riguroso .**

5.

**Apuesta por el producto
local/km-0.**

6.

**Quiere nuevas experiencias
sensoriales (textura, sabores
exóticos, efecto Wow).**

7.

**Sostenibilidad de principio a
fin de la cadena de un alimento
(cultivo, procesado, y gestión
del residuo).**

8.

**Demanda de productos para la
salud mental, digestiva y
sistema inmune.**

9.

**Nutrición personalizada
basada en las ómicas.**

10.

**Marcas con propósito y
una verdadera RSC.**



En base a estas demandas y los avances en el conocimiento nutricional y la alianza con nuevas FoodTech vemos como a través de procesos fermentativos de vegetales podemos obtener bloqueadores del sabor amargo y con ello añadir menos azúcar para enmascarar estos sabores.

A medio plazo, el foodturo de la alimentación esta irremediamente ligado a la inteligencia artificial (reformulación de alimentos), big data, los neuroaromas, la impresión 3D que nos ayudan a ir al concepto Food as a Service donde tenemos que valorar el valor del alimento como "servicio de prevención" para no enfermar. Mas allá de todo lo mencionado anteriormente, está una realidad que es la nutrición personalizada/ precisión basada en el microbioma, genoma, y hábitos culturales donde el nutricionista va a ser clave tanto a la hora de investigar, diseñar nuevas propuestas de alimentos, suplementos, dietas o modelos de negocio saludables y sostenibles en base al metabotipo de las personas y la interpretación del big-data asociado.

El final del 2020 nos sorprendió con la noticia de la autorización, a Eat Just, por el gobierno de Singapur de la comercialización de carne de pollo generado a partir de células de animales, para Nuggets, marcando así un hito en la historia de la industria cárnica. Esto no hace nada más que confirmar la gran tendencia de proteína "vegetal" o que no dañe animales y sea más sostenible para cubrir la demanda del nuevo consumidor flexitariano o aventurero de probar cosas diferentes. En este contexto y gracias a herramientas como la inteligencia artificial tenemos mayonesa que no contiene nada animal, NotMayo (Chile), o el primer atún vegetal de Europa que nació en España, Tuna-to, obra de la startup Mimic Seafoof, que imita la experiencia de comer atún en el sushi, a partir de una variedad de tomate cultivado en Almería, o un queso parmesano realizado con frutos secos.

Alineados con el concepto de sostenibilidad, estamos viendo como el packaging tanto del



retail, como del canal horeca o del e-commerce está siendo reinventado a nuevos formatos personalizados con materiales reciclados o que sean fácilmente reciclables. Cabe destacar que empezamos a ver envases de bebidas que antiguamente eran de cristal en formato de papel, o vemos como desaparecen plásticos y como aparecen cartones realizados con subproductos de la industria alimentaria como cascaras de plátano, cacao, hongos.

Especialmente 2021 será un año marcado por los nuevos alimentos que refuercen el sistema inmunitario, inmunonutrición, a través del contenido de probióticos, vitamina D o vitamina C. Así, ya estamos viendo lácteos y zumos con el claim de inmunidad, y es un campo en claro crecimiento de innovación.

Por último, la digitalización de la industria alimentaria viene marcada por la transparencia en conocer de donde provienen los ingredientes, composición, y ver que realmente existen negocios y propuesta de valor sostenibles y saludables. Aquí predomina el blockchain, y tecnologías facilitadoras de la interpretación del big data, machine learning e inteligencia artificial.



Dr. Pedro L. Prieto Hontoria

Doctor en Alimentación, Fisiología y Salud

Director General de Be Food Lab