

LA HAMBURGUESA DE 2050: sabrosa, limpia y cero emisiones

Si los productos plant-based continúan teniendo un sabor mediocre, son ultra-procesados y caros, lo único que conseguiremos como industria es matar una categoría necesaria para la transición hacia un sistema más sostenible.



Por: Beatriz Jacoste
Directora de KM ZERO Food Innovation Hub

 [in/beatrizjacoste](https://www.linkedin.com/in/beatrizjacoste)

“ Debemos dejar a un lado la idea absurda de criar un pollo entero para sólo comernos una alita o una pechuga, y pasar a cultivar estas partes de forma separada en un medio adecuado”, afirmó Winston Churchill. Hace más de medio siglo, el político británico ya se cuestionaba la forma de producción de la carne por su ineficiencia en el uso de recursos naturales, tiempo, energía y generación de emisiones de efecto invernadero.

Y aunque el sabor y la tradición gastronómica hace que siga siendo uno de los productos más preciados a nivel internacional, muchos consumidores se están interesando por llevar una dieta que incluya cada vez más productos del mundo vegetal y menos del animal. Estas dietas plant-based, basadas en vegetales, van a demandar que los lineales de



Conoce la evolución de la limpieza.



Con alta resistencia y absorción.



Úsalo para la desinfección de superficies.

Escanea este QR para conocer más:



O visita:

www.eliteprofessional.com.co

los supermercados contengan una mayor oferta de calidad, a un precio asequible.

En respuesta a esto, emprendedores de todo el mundo empiezan a desarrollar productos en todos los formatos (hamburguesas, bebidas vegetales, etc.) que capten el interés por parte del consumidor. El reto estará en captarlo de forma recurrente, para que las inversiones que hay detrás de estas empresas tengan sentido.

Son muchas las tecnologías aplicadas a esta industria para conseguir que estos productos estén al nivel de los que tratan de replicar a nivel gustativo y nutricional. Por ejemplo, la startup española No-vameat lleva años perfeccionando su tecnología de impresión 3D para ahora dar el salto a la industria y conseguir que en un futuro muy cercano podamos encontrar no sólo hamburguesas o nuggets vegetales sino también filetes.

Entendiendo que la variable “sabor” es determinante en la compra de un producto, estos deberán no sólo recordar a su análogo a nivel visual y de textura, sino sobre todo a nivel gustativo. Para ello el mundo de las grasas vegetales y las técnicas de fermentación serán clave. Al respecto, la startup CubiqFoods está mejorando las opciones de grasa para uso industrial, permitiéndoles una mejor integración en estos productos y haciéndolos más sabrosos.

Desde KM ZERO Food Innovation Hub hemos impulsado un estudio pionero en el mundo para entender la aceptación del consumidor español (uno de los países más “carnívoros” del mundo) de esta nueva categoría de productos.

Nuestro socio estratégico y técnico ha sido Thimus: una empresa especializada en la aplicación de neurociencia para el estudio de consumidores. En concreto, decidimos estudiar en una cata a ciegas la reacción neuronal de un grupo de consumidores ante cinco hamburguesas distintas entre ellas: la primera, de carne de vacuno; otra mixta (mitad carne, mitad vegetal); y las últimas 3: marcas reconocidas de productos plant-based.

Los sorprendentes resultados los presentaremos en la 4ª edición de nuestro congreso anual: ftalks Food Summit, que tendrá lugar en Valencia (España) los días 20 y 21 de octubre, y que se podrá seguir también de forma gratuita virtualmente.

*Las dietas plant-forward, no excluyentes pero que incorporen cada vez más **verduras, frutas y legumbres**, serán las grandes promesas.*

Además, este año reuniremos también a grandes pioneros en el sector en la primera edición latinoamericana de nuestro congreso. Los días 1 y 2 de septiembre estaremos en Ciudad de México aprendiendo de algunas de las empresas, startups e inversores más activos en este campo.

Sin duda, debemos aprender más acerca de las oportunidades que nos pueden brindar los productos híbridos. Estas dietas plant-forward, no excluyentes pero que incorporen cada vez más verduras, frutas y legumbres, serán las grandes promesas.

Sin embargo, también tenemos la responsabilidad de encontrar formas de producir productos de origen animal de forma más responsable con el medio ambiente, porque la demanda de estos productos no hará más que crecer a nivel global.

En definitiva, consideramos que a fin de transformar nuestro sistema productivo para que sea más eficiente, debemos hacer uso de todas las tecnologías que tenemos a nuestra disposición para conseguir que esta innovación sea invisible a los ojos del consumidor pero que consiga el esperado efecto wow cuando lo deguste, y quiera volver a comprarlo. 