

ALIMENTACIÓN DEL FUTURO:

ingredientes con superpoderes y personalizados

Las tres claves del éxito de estos alimentos con superpoderes residen en: el precio, el sabor y la conveniencia.



Por: Beatriz Jacoste

Directora de KM ZERO Food
Innovation Hub

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

“
—
Que los alimentos sean tu medicina”. La célebre frase de Aristóteles del siglo IV a.C. señala que el uso de la dieta como mecanismo para proporcionar bienestar y sanar no es nada nuevo. En todas las culturas del mundo encontramos trazas del uso de ciertos alimentos, hierbas y recetas para la curación de patologías. Sin embargo, estas costumbres permanecían restringidas al ámbito del hogar como “remedios caseros”, sin cruzar las fronteras de la industria y la gran distribución.

En los últimos años, el creciente interés (y poder adquisitivo) de un segmento de consumidores ha abierto las puertas a un mundo mucho más sofisticado de alimentos, con la misión no solo de nutrir, también de ayudar a las personas a alcanzar su máximo potencial a través de su dieta.

A medida que la evidencia científica demuestra el poder de la dieta para prevenir y curar las enfermedades más comunes de nuestra sociedad como la diabetes, patologías cardiovasculares, el

cáncer e incluso enfermedades como el alzhéimer, el consumidor y, por ende, la industria alimentaria, ha puesto su atención en la nutrición como herramienta de bienestar.

El conocimiento ancestral se ha unido al conocimiento científico para permitirnos comprender mejor las necesidades particulares de cada individuo a través del análisis del microbioma. Con los datos extraídos de este tipo de análisis, podemos comprender no solo alergias e intolerancias, sino productos específicos que convienen a cada organismo. Aquí se abre un abanico amplísimo de oportunidades para la industria para adaptar su oferta a cada cliente, haciendo que este reciba por ejemplo un kit personalizado de probióticos o un conjunto de ingredientes en su casa hiper-personalizado para cocinar solo aquello que le conviene y así alcanzar su máximo bienestar.

No obstante, estamos de acuerdo de que este ejemplo representa un nicho muy pequeño en el mercado, que no será suficiente para movilizar a la gran industria en esa dirección. Por fortuna, hay

una escala de grises entre “los productos de consumo masivo” y “los productos hiper-personalizados” que es donde se esconde la verdadera oportunidad.

Pero, ¿cómo consigue la industria estar a la vanguardia en este campo tan incipiente? Existen múltiples iniciativas de emprendedores en todo el mundo que están desarrollando productos y tecnologías disruptivas en este campo.

El conocimiento ancestral y científico permite comprender mejor las necesidades particulares de cada individuo a través del análisis del microbioma.

Programas de innovación abierta como KM ZERO Venturing permiten a empresas consolidadas conocer a startups que estén trabajando en el ámbito de la salud y el bienestar para colaborar con ellas a través de pilotos y pruebas industriales, joint ventures, etc. En él, reconocidas empresas de bebidas pueden, por ejemplo, conocer y empezar a trabajar con emprendedores que desarrollan alternativas saludables a las bebidas azucaradas, permitiendo reformular las composiciones, incluyendo exclusivamente ingredientes de origen natural, sin alterar las propiedades visuales ni organolépticas.

El potencial inexplorado de los alimentos va a seguir descubriéndose en los próximos años. Será cada vez más frecuente encontrar en el supermercado, por ejemplo, unos caramelos o un zumo que favorezcan nuestro sueño o nuestra energía.

KM ZERO es una plataforma abierta en la que ofrecemos a empresas alimentarias todo el conocimiento acerca de las últimas tendencias, oportunidades y damos visibilidad a todos aquellos que



están innovando en nuestro sector. Favorecemos la colaboración entre todos los agentes con voluntad de transformar el sistema alimentario hacia uno más saludable, sostenible, y accesible y lo hacemos reuniendo a todos estos agentes del cambio en [ftalksFoodSummit](#).

Precisamente, en el último Summit en Valencia, contamos con la participación de la Dra. Mariela Glandt quien, además de crear un Centro para tratar la Diabetes, ha lanzado al mercado “Eatsane”, un producto similar al pan de molde que es extremadamente bajo en carbohidratos gracias a su formulación.

En conclusión, las tres claves del éxito de estos alimentos con superpoderes residen en: el precio, el sabor y la conveniencia. Si conjugamos estas tres variables, tendremos un hueco en el corazón (y en la cesta de la compra) de los consumidores. **IA**