

# LOS RETOS DEL SECTOR



**POR PH.D. PATRICIO CÁCERES COSTALES**  
Doctor en Biología y Ciencias de la Alimentación y profesor titular de la ESPOL.

**E**n estos días, donde las personas reciben mucha información, de preferencia corta y multimedia, las redes sociales pueden anular o elevar el consumo de algún producto. Usuarios del Internet podrían levantar una paranoia colectiva por el consumo de algún alimento y no siempre son sustentados con estudios técnicos serios.

Hace poco se propagó un video sobre el consumo de carne que contendría nitrito, sustancia que se asocia al desarrollo del cáncer. Sin embargo, el nitrito no se encuentra en la carne fresca naturalmente y ni siquiera se usa como conservante en este producto.

En este afán de proteger la salud se podría poner en riesgo al consumidor, promoviendo dietas restringidas de muchos componentes básicos y necesarios, como las proteínas o los carbohidratos e, inclusive, eliminando aditivos. Queda claro que el consumidor hoy está mucho más informado y preocupado.

Los consumidores, cada vez más conscientes de que la alimentación juega un papel importante en la vida diaria y en el desarrollo social, van por lo saludable, por lo amigable con el medio ambiente, con lo rápido e instantáneo, por el mínimo o nulo uso de preservantes e, incluso, con el consumo de productos de origen local, sin descuidar lo delicioso, lo colorido, lo divertido, lo fácil de usar y lo económico.

En cuanto a lo saludable, se hacen esfuerzos para que el consumo de alimentos sea un vehículo para sustancias con valor biológico que tengan un efecto beneficioso para la salud, por ejemplo, las bebidas con estanoles vegetales que reducen el colesterol.

En este hecho hay que hacer una

aclaración importante: no todas las sustancias que prueban un valor biológico en el laboratorio cumplen ese mismo efecto dentro del organismo, por ello las autoridades de países desarrollados son muy cautos para permitir que las etiquetas o publicidad aseguren un efecto directo al organismo del consumidor por la ingesta de algún alimento.

No obstante, las investigaciones de los ingenieros en alimentos continúan para potenciar los efectos beneficiosos de los productos alimenticios sobre la salud del consumidor, por ejemplo, quesos con actividad antihipertensiva.

En la preocupación del consumidor por el medio ambiente, la tendencia va por los productos alimenticios mínimamente procesados y con el empaque menos contaminante.

En este aspecto, se remarca el uso excesivo de empaques como causante de incrementar los costos y contaminar el ambiente e incluso el alimento. Los nuevos empaques inteligentes que permitan mayor vida útil al alimento sin contaminarlo, autodegradables, llamativos y fáciles de usar, es el reto actual de las empresas del sector.

Es de notar que la tendencia al consumo de carnes empacadas al vacío va en incremento en otros países debido a que otros envases rígidos ocupan mucho volumen y son de lenta degradación. La conciencia del consumidor va por evitar grandes empaques y poco reciclables.

La tendencia a reducir el consumo de carne, leche o productos derivados de la cría de animales está asociada al desarrollo de la empatía del consumidor por ellos, que pese a ser sacrificados aplicando las normativas de bienestar animal, no deja de ser



proteína procedente de otro ser vivo. A esto, hay que añadir que el uso de la tierra para la ganadería más el efecto invernadero de la cría de los animales, está siendo muy cuestionado.

Inversionistas y mecenas han patrocinado el desarrollo de carne de laboratorio y aquella podría estar ya consumiéndose en la siguiente década.

La población mundial para 2050 pasaría los 9,6 billones, demandando un incremento del 50 al 70 por ciento de la producción de alimentos y seguramente no se escatimará en el desa-


La divulgación y promoción de estos nuevos alimentos y procesos seguramente será rápido gracias al Internet. Sin embargo, esos nuevos desarrollos podrían tardar mucho en llegar a toda la población mundial debido a la diferencia de la capacidad adquisitiva.

La industria reconoce que las tendencias han ido progresando desde el alimento sano y nutritivo, al alimento saludable y sostenible, por ello buscan más el soporte de los científicos y centros de investigación para no perder terreno en el mercado.

rollo de nuevos alimentos a partir de materias primas poco convencionales como por ejemplo el suero de quesería y con procesos eficientes y nuevos envases.

La industria debe crear confianza para que el consumidor dé por seguro que las etiquetas son honestas y limpias, que se declara la presencia de alérgenos, si es alto en sal o si procede de organismos genéticamente modificados.

Ya esperamos para recibir leche de laboratorio, alimentos impresos en 3D, jugo de naranja pasteurizado por microondas, panes que mantienen su vida útil por más de 30 días, salchichas que prevengan infartos, harinas de otros granos que sustituyan a la de trigo, bebidas que mejoren la memoria, envases comestibles, desinfectantes de frutas que no necesitan enjuague o la tan esperada carne de laboratorio.

Para afrontar estos desafíos y muchos más, el sector público, la industria y la ciencia deben trabajar en equipo. 

**A LA INDUSTRIA ALIMENTICIA LE TOCA INVERTIR MÁS EN INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO A FIN DE OFRECER PRODUCTOS SANOS Y PARA PONERSE A LA VANGUARDIA DE LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE.**