

Fecha: 19-02-2025
Medio: El Mercurio
Supl.: El Mercurio - Alimentos
Tipo: Actualidad
Título: Nutrición, transparencia y sostenibilidad, las tendencias de la industria alimentaria

Pág.: 1
Cm2: 537,0
VPE: \$ 7.053.962

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: ☐ No Definida

Los alimentos funcionales, el auge de los productos basados en plantas y la tecnología aplicada a la producción están marcando el futuro del sector.

RICHARD GARCÍA

El sector alimentario experimenta una transformación acelerada, impulsada por cambios en las preferencias de los consumidores, avances tecnológicos y una creciente preocupación por la sostenibilidad. Para el presente año, diversas tendencias marcarán el rumbo de la industria, con un enfoque en la nutrición personalizada, la transparencia en la producción y la consolidación de alternativas a base de plantas (plant based).

En las decisiones de compra hay cada vez más influencia de factores como la sostenibilidad, la regionalidad y la globalización. "Las tendencias globales, como las exhibidas en la SIAL de París (una de las ferias de innovación alimentaria más importantes del mundo, realizada en octubre pasado), muestran que la demanda se inclina hacia empresas comprometidas con el medioambiente. Esto se traduce en envases sostenibles, mejor gestión de residuos y una comunicación abierta, directa y veraz", explica Jean Paul Veas, director ejecutivo del Centro Tecnológico para la Innovación Alimentaria (CeTA).

El bienestar personal también es un aspecto clave en las elecciones alimentarias. "Los consumidores buscan productos que contribuyan a su salud. Los mayores priorizan alimentos que beneficien el corazón, los huesos y las articulaciones, mientras que los jóvenes ponen el foco en la salud de la piel y el aumento de energía", añade Veas.

Según el estudio Innova Market Insights 2025, casi el 60% de los consumidores adoptan un enfoque proactivo respecto a su salud, ajustando su dieta a sus necesidades específicas.

ESTÁNDARES Y ETIQUETADO

Para Marcela Zamorano, académica del Departamento de Ciencia y Tecnología de los Alimentos (Decytal), de la Universidad de Santiago de Chile (Usach), la industria alimentaria chilena ha evolucionado de la mano de nuevas normativas y necesidades de los consumidores. "En los últimos cinco años han surgido tendencias nutricionales específicas, enfocadas en la protección del medioambiente y la producción de alimentos con altos estándares de calidad", asegura.

Frente a estas tendencias, las empresas han debido innovar para satisfacer las nuevas exigencias del mercado. "Las compañías no solo buscan posicionar sus productos, sino que también aumentan sus ingresos. Por eso, muchos de sus nuevos desarrollos siguen estas tendencias. En CeTA vemos un aumento en los requerimientos para productos que ayuden en la prevención de enfermedades, con mayor cantidad de proteínas o *plant based*", señala Veas.

Adriano Costa de Camargo, director de la Unidad de Nutrición Básica del Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos (Inta), de la Universidad de Chile, destaca que la industria está avanzando hacia una producción más sostenible, aunque enfrenta desafíos como la falta de materias primas locales o su menor

DESAFÍOS PARA 2025:

Nutrición, transparencia y sostenibilidad, las tendencias de la industria alimentaria



SEGUN JEAN PAUL VEAS, DE CETA, la alimentación basada en plantas gana terreno, impulsada por la preocupación por el equilibrio nutricional y el impacto ambiental de lo que consumimos.

competitividad en términos de precio. "Un mayor compromiso con la sostenibilidad, la transparencia y la regionalización puede reflejarse en aumentos en los costos de producción y, por ende, en el precio final de los alimentos", puntualiza.

EXISTE UN CRECIMIENTO de productos que entregan sabores distintos, lo que resulta una propuesta interesante para el consumidor, asegura Douglas Valor, gerente de Marketing de Tetra Pak Chile.

El etiquetado de los productos también ha evolucionado en esta línea. "Algunas empresas han implementado el concepto de *clean label* o etiquetas limpias, que permiten al consumidor conocer la procedencia de las materias primas y si el proceso de producción cumple con criterios ecoamigables", explica Zamorano.

AUGE DE ALIMENTOS A BASE DE PLANTAS

Impulsada por preocupaciones ambientales y de salud, la alimentación *plant based* sigue ganando terreno. "La inclusión de legumbres, cereales integrales, semillas y verduras en la dieta fortalece la salud intestinal gracias a su aporte de fibras y probióticos esenciales", menciona Veas. Además, destaca la innovación en alternativas sostenibles, como la fermentación de precisión en biorreactores, una tecnología que permite obtener proteínas de alto valor nutricional con un menor uso de recursos.

Desde una perspectiva económica, Costa de Camargo enfatiza que "el crecimiento del consumo de alimentos *plant based* genera oportunidades de desarrollo, innovación y empleo en la industria, además de fomentar la producción de legumbres y otras fuentes de proteína a nivel nacional".

Zamorano coincide en que esta tendencia continuará en 2025: "Hamburguesas vegetales, embutidos de origen vegetal y productos lácteos elaborados con almeдрas, avena o legumi-



EL ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS también ha evolucionado. "Algunas empresas han implementado el concepto de *clean label* o etiquetas limpias, que permiten al consumidor conocer la procedencia de las materias primas y si el proceso de producción cumple con criterios ecoamigables", explica Marcela Zamorano, académica de la Usach.



Un mayor compromiso con la sostenibilidad, la transparencia y la regionalización puede reflejarse en aumentos en los costos de producción y, por ende, en el precio final de los alimentos".

ADRIANO COSTA DE CAMARGO, del Inta.

nosas seguirán expandiéndose. Esto responde a la creciente preocupación por la huella de carbono de la industria cárnica y láctea".

DIVERSAS VERSIONES Y FORMATOS

En cuanto a productos específicos, el segmento de leches ha mostrado una reconocible evolución. "Las leches con proteína han duplicado su tamaño en los últimos cinco años, mientras que las versiones sin lactosa y aquellas con ingredientes funcionales añadidos, como la avena, han experimentado un crecimiento constante", asegura Douglas Valor, gerente de Marketing de Tetra Pak Chile.

La practicidad es otro factor determinante en la elección de productos. "Más del 50% de las legumbres en conserva que se comercializan actualmente vienen en envases que permiten una mejor conservación sin necesidad de preservantes y facilitan su transporte y apertura", destaca Valor.

En el segmento de jugos y néctares, se observa una apuesta por lo natural y el valor nutricional. "Los jugos 100% naturales en formatos individuales han experimentado un repunte, y hay un crecimiento en productos que ofrecen

sabores innovadores y comunican sus atributos de manera relevante", menciona el ejecutivo.

DESAFÍOS Y PERSPECTIVAS

Si bien las tendencias apuntan a una industria más saludable y sostenible, uno de los desafíos clave será el acceso a estos productos. "Gran parte de estos alimentos tienen un valor adicional, lo que podría restringir su acceso a consumidores con menor poder adquisitivo. El desafío es desarrollar productos con precios más asequibles", advierte Zamorano.

A su vez, la industria enfrenta retos como la escasez de agua y la reducción de la huella de carbono en los procesos productivos. "El cambio climático ha obligado a modificar los procesos de producción para minimizar el impacto ambiental y avanzar hacia una economía circular", admite la académica de la Usach.

