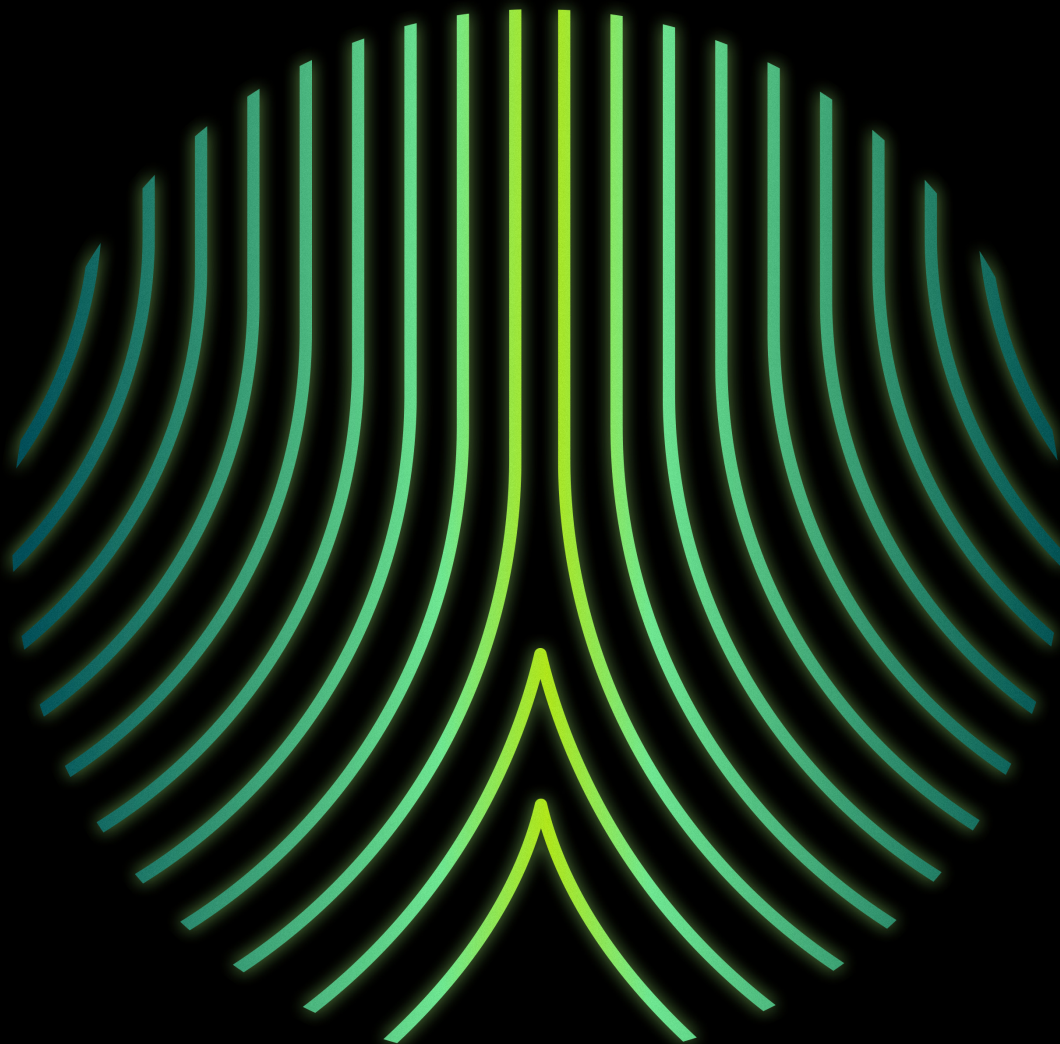


**Deloitte.**



El futuro de la alimentación  
Hacia un camino personalizado,  
responsable y saludable

**Abril 2021**








# Cómo prepararse para el futuro de la nutrición personalizada

Nuestro actual paradigma en temas de nutrición se basa en generalidades: comer mayor cantidad de frutas y verduras y consumir menos alimentos procesados, azúcares y carne roja, pero, ¿qué esperar para el futuro? Bajo nuestra óptica, la comida será mucho más personalizada. Las empresas ofrecerán productos a la medida del consumidor para conectar con sus propósitos, así como con la creciente demanda por parte del mismo, para adquirir productos saludables y sustentables.

Imaginemos que es el año 2050 y, en una clínica, un médico está discutiendo con un paciente ciertos lineamientos de nutrición. Ambos realizan ajustes en la planeación de las comidas de este último, basándose en su historial clínico, su actividad física y sueño, su dieta durante los últimos seis meses y sus objetivos personales. Al salir, el paciente se detiene en el comedor de la clínica para almorzar, en donde puede elegir entre un amplio menú de productos saludables, hechos a base de plantas. Para decidir qué comer, una aplicación en su teléfono móvil hace un análisis en el que relaciona su información personal con los datos de los alimentos que consumió más temprano, así como su actividad física en el transcurso del día.

¿Les parece revolucionario? Así creemos que será el futuro de la comida, totalmente personalizado. Esto significa que los alimentos se optimizarán de acuerdo con las necesidades de cada persona, en función de su composición biológica, estilo de vida, condiciones de salud, factores ambientales y preferencias personales. La alimentación personalizada es una respuesta a los problemas mundiales de salud, como la desnutrición y la obesidad, que, además, ofrece enormes oportunidades para las empresas.



**Los alimentos se optimizarán de acuerdo con las necesidades de cada persona**, en función de su composición biológica, estilo de vida, condiciones de salud, factores ambientales y preferencias personales.

# Requisitos: investigación, tecnología y voluntad entre los consumidores

Existen tres requisitos para que el futuro de los alimentos personalizados sea una realidad. En primer lugar, necesitamos una comprensión profunda de los diferentes factores que influyen en las necesidades alimentarias de una persona. Un grupo de investigadores ha generado información científica sobre la relación entre la alimentación y la salud. Investigaciones como el estudio PREDICT (una colaboración entre las Universidades de Harvard, Oxford y Stanford, entre otras) han aumentado nuestra comprensión de cómo el microbioma intestinal, el azúcar en la sangre e incluso el sueño, afectan la forma en la que las personas responden a los alimentos ingeridos.

Aunado a ello, se debe considerar a la tecnología como un factor fundamental para la recopilación de datos, su combinación con los requisitos de dieta personal, y convertir estos en consejos para una dieta personalizada. La creciente disponibilidad de tecnología como los relojes inteligentes, el surgimiento de pruebas de sangre, ADN y microbioma intestinal de baja barrera, son importantes para enlazar los datos personales necesarios, mientras la tecnología digital ayuda a la creación de aplicaciones fáciles de usar para apoyar las decisiones alimentarias.

## **93% de los consumidores quiere comer sano al menos algunas veces**

Por último, los consumidores deben estar preparados para el futuro de la alimentación: 93% de ellos quieren comer saludablemente al menos algunas veces, mientras que 63%, la mayor parte o todo el tiempo. Lo anterior demuestra cómo cada vez son más conscientes de los cuidados de la salud y del impacto que los alimentos tienen en ésta. Curiosamente, una encuesta realizada en Europa por Deloitte y Ahold Delhaize reveló una gran disposición por parte de los consumidores para compartir datos personales con los minoristas de comestibles. Esto implica una oportunidad para que la industria alimentaria desarrolle servicios con almacenamiento de datos y modelos de negocio.

## **Emocionantes oportunidades de negocio**

Las empresas tienen un papel esencial que desempeñar para hacer que el cambio suceda, convirtiendo este cambio en una prioridad al mismo tiempo que capitalizan la oportunidad de una nutrición personalizada, ofreciendo productos que harán que los consumidores avancen hacia dietas más saludables y sostenibles.



Actualmente, observamos que la industria está reconociendo esta oportunidad y apoyando la transformación de muchas maneras. Algunas empresas promueven una dieta más saludable e introducen políticas internas para suspender la compra de carne. Otras están actualizando sus carteras de productos, para asegurar que estos contengan menos ingredientes poco saludables, mientras motivan a los clientes a probar opciones más saludables, a través de la reducción de precios, promociones y publicidad en tiendas. Además, las grandes compañías alimentarias están adquiriendo empresas de tecnología que ofrecen información en tiempo real sobre las necesidades nutricionales, mediante la conexión de dispositivos *fitness* compatibles y el registro de comidas.

Las posibles oportunidades para las empresas son abundantes:

### **Nutrición saludable y personalizada: áreas de oportunidad**



Nutrición médica y saludable



Nutrición precisa y en el momento adecuado



Directo al consumidor



Inmunidad nutricional



Reemplazo / reformulación de comidas



## Oportunidades: Nutrición médica y saludable

- 01. Prebióticos:** mezcla de alimentos que inducen el crecimiento o la actividad de microorganismos beneficiosos.
- 02. Probióticos:** microorganismos vivos que proporcionan beneficios para la salud cuando se consumen mediante la mejora de la flora intestinal.
- 03. Nutrición médica:** para apoyar en la recuperación de enfermedades y abordar la desnutrición causada por enfermedades.
- 04. Ingredientes nutraceuticos:** vitaminas y minerales se añaden en los alimentos y bebidas funcionales para mejorar su valor nutricional y tener un efecto positivo sobre la salud, más allá de la nutrición básica.

## Oportunidades: Directo al consumidor

01. Comercio electrónico, mercados de alimentos, servicios de suscripción de alimentos.
02. Comidas listas para comer/beber, estilo de vida.
03. Entrega de alimentos para comidas frescas.
04. Personalización masiva, a través de la impresión de alimentos 3D.
05. Personalización de recetas y procesos.
06. Comidas con ingredientes frescos de la granja directamente al consumidor.

## Oportunidades: Nutrición precisa y en el momento adecuado

- 01. Nutrición al momento,** para satisfacer los instantes de necesidades nutricionales.
- 02. Asesoramiento de nutrición personalizada,** basado en el rastreo de alimentos consumidos, medición inteligente del ejercicio y análisis de sangre.
- 03. Dieta personalizada,** para la prevención y la atención post cuidado de las condiciones de salud.
- 04. Lanzamiento de refrigerios energéticos,** basados en la nueva nutrición y alternativas de comidas.
05. Recetas personalizadas.

## Oportunidad: Inmunidad nutricional

01. Reforzadores de inmunidad, como vitaminas, minerales, probióticos, prebióticos y otros suplementos dietéticos a base de plantas.

## Oportunidades: Reemplazo/reformulación de comidas

01. Etiquetado "libre de" en los alimentos (por ejemplo, sin gluten, sin lactosa, etc.)
02. Los batidos, polvos, barras y otros productos convenientes están reemplazando, cada vez más, las comidas.
03. Reducción de ingredientes no saludables, como sal, azúcar, grasas, etc.

# ¿Por dónde empezar?

Los pasos que las empresas que quieren prepararse para el futuro de la alimentación personalizada deben dar son, en primer lugar, ajustar sus carteras de productos o servicios para reflejar mejor las necesidades de los clientes. Pensemos en suplementos alimenticios, productos adaptados a segmentos específicos (por ejemplo, niños, ancianos, atletas) y productos que se relacionan con una determinada dieta o estilo de vida (por ejemplo, sin lactosa, bajo en carbohidratos o vegetariano).

Para la mayoría de las empresas, el avance hacia la nutrición personalizada significa invertir en sus capacidades digitales y de datos. La nutrición personalizada requiere que la información esté disponible en toda la cadena de valor. A medida que los consumidores confían a las empresas su información personal relacionado con su salud y estilo de vida, se necesitará brindar una especial atención a temas como la privacidad y la seguridad de los datos.

Por último, alcanzar todo el potencial de la nutrición personalizada requiere cooperación, ya que se necesitan aportaciones de múltiples actores. Las empresas interesadas en la nutrición personalizada deben buscar, de forma proactiva, la colaboración con otros actores, como universidades, institutos de investigación, socios tecnológicos o empresas emergentes. El consorcio Personalized Nutrition & Health, una iniciativa de Wageningen University & Research y TNO, es un ejemplo interesante.

Aunque todavía es un camino largo para realizar esta transformación, una cosa es segura: el futuro de la alimentación se dirige hacia un camino, personalizado, responsable y saludable.





Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sociedad privada de responsabilidad limitada en el Reino Unido, a su red de firmas miembro y sus entidades relacionadas, cada una de ellas como una entidad legal única e independiente. Consulte [www.deloitte.com](http://www.deloitte.com) para obtener más información sobre nuestra red global de firmas miembro.

Deloitte presta servicios profesionales de auditoría y assurance, consultoría, asesoría financiera, asesoría en riesgos, impuestos y servicios legales, relacionados con nuestros clientes públicos y privados de diversas industrias. Con una red global de firmas miembro en más de 150 países, Deloitte brinda capacidades de clase mundial y servicio de alta calidad a sus clientes, aportando la experiencia necesaria para hacer frente a los retos más complejos de los negocios. Los más de 330,000 profesionales de Deloitte están comprometidos a lograr impactos significativos.

Tal y como se usa en este documento, Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C., la cual tiene el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limitan sus negocios a, la prestación de servicios de auditoría, consultoría fiscal, asesoría legal, en riesgos y financiera respectivamente, así como otros servicios profesionales bajo el nombre de "Deloitte".

Esta publicación contiene solamente información general y Deloitte no está, por medio de este documento, prestando asesoramiento o servicios contables, comerciales, financieros, de inversión, legales, fiscales u otros.

Esta publicación no sustituye dichos consejos o servicios profesionales, ni debe usarse como base para cualquier decisión o acción que pueda afectar su negocio. Antes de tomar cualquier decisión o tomar cualquier medida que pueda afectar su negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado. No se proporciona ninguna representación, garantía o promesa (ni explícito ni implícito) sobre la veracidad ni la integridad de la información en esta comunicación y Deloitte no será responsable de ninguna pérdida sufrida por cualquier persona que confíe en esta publicación.