

WEBINARS GRATUITOS DEL FOOD TECH MÉXICO

PREGUNTAS
Y RESPUESTAS

EL DESARROLLO DE INGREDIENTES DETRÁS DE UNA ETIQUETA

Speakers:

Sara Valdés

QFB con Orientación en Tecnología de Alimentos y miembro del IAUFoST

Rafael Ponce de León

Gerente Senior de la Unidad Médica y Científica de Nestlé Nutrition México.

1. ¿El consumidor muestra interés en saber los aditivos migrantes de los empaques a los alimentos?

RAFAEL PONCE DE LEÓN: Hay temas de migración, es decir, sí se revisan. En este caso la gente que desarrolla la película tiene que entregar un dossier científico sobre los estudios probados de migración en el producto. Ese dossier científico es el que luego se tiene que mostrar para el tema de regulación.

SARA VALDÉS: Esta certificación sobre el embalaje tiene todo el respaldo, porque hay que garantizar que no vaya a haber un tóxico que migre al alimento. Hubo muchos casos. Doy un ejemplo. Los pulparindos se exportaron a Estados Unidos hace unos años. La FDA cambió la normatividad, el pulparindo llegó a frontera. Cuando sale de Guadalajara sale con una parte por millón de plomo permitida en el producto. Pero cuando el trailer llega a frontera, el país había bajado la reglamentación a punto 1. Y el producto llevaba punto 11, con lo cual, no pasó. Pero, además, el análisis de la pulpa había salido en cero.

Cuando analizan el producto el plomo había salido de las tintas del envase. Entonces ahora el comprador exige a su proveedor que los envases que lleven vayan libres de plomo.

2. ¿Qué papel juegan en la etiqueta limpia los alimentos genéticamente modificados?

SARA VALDÉS: Es fuerte. En México no es un asunto tan grande, pero si nos vamos a Europa, los genéticamente modificados son rechazados por los consumidores. Aquí hubo una fuerte campaña en la que se capacitó a diputados y senadores, por personal científico, para que entendieran qué era un grano modificado genéticamente. Tenemos que tener a la ciencia que respalda a un producto y recordar que siempre hay dos lados. ¿Cuál es el que quieres ver? Recordemos que tenemos a un consumidor que, así como escucha un webinar como el que vimos el día de hoy, escucha un webinar con puras tonterías y mentiras. Las fake news convencen a la gente.

RAFAEL PONCE DE LEÓN: En Estados Unidos, inclusive también en términos de etiquetado, le tienen que poner al producto que es “libre de GMO”, de soya, de azúcares. En el etiquetado limpio hay tendencias, porque no solamente es la regulación, sino la tendencia de avisarle al consumidor qué cosas excluye en vez de educar sobre cómo está compuesto. Es un tema muy polémico que genera mucho activismo. El consumidor no está preparado para entender la ciencia detrás de desarrollos que puedan ser clasificados con ese título. Y entonces, por ahora, busca que no los contenga.

3. ¿Cómo se hace para explicarle a un consumidor que el sello de “alto en calorías” a veces puede provenir por adición de fibra o proteína al producto, lo cual no es necesariamente malo?

SARA VALDÉS: Sí. El contenido calórico de un alimento se calcula por las proteínas, los carbohidratos, las grasas. Si llegásemos a tener un chocolate relleno con alcohol, lleva alcohol también. Es decir, con todos los componentes que aportan energía. Esto no quiere decir que ese componente específico, como la proteína, se vaya a usar para energía. Si se va a usar para energía, es malísimo. Porque entonces va a haber un decremento en el aporte nutricional del alimento, porque la persona no está comiendo suficiente proteína. La función primordial del organismo es: te mantengo vivo. Si no hay suficiente energía, me voy sobre la grasa y sobre la proteína. Pero en un alimento que tiene un alto contenido de proteína, el consumidor no lo va a entender mientras tú no le enseñes. Pero le tienes que dar clases de nutrición y bioquímica básica para que entienda de dónde viene la energía. No hay un alimento perfectamente balanceado. Tenemos que educar a través de flyers, a través del mismo producto: informar. Tiene que ser una labor conjunta.

RAFAEL PONCE DE LEÓN: Lo que se puede hacer es que, si tienen que informar algo, en la parte del diseño de la etiqueta coloquen un texto que diga, por ejemplo, de dónde provienen los azúcares. Ahí se tiene que describir un poquito para que lo entienda el consumidor. La otra opción sería que en la comunicación del producto, si realmente se me fue el tema de la energía, sí valdría la pena explicar de dónde viene. Es decir, si tengo una campaña, un flyer en el momento en que lo presento, tendría que considerarlo en mi comunicación. Se puede decir: “este alimento contiene fibra que también aporta energía”, de forma proactiva. No hay que decir “contiene fibra y por eso mi producto es alto en energía”. Entonces, en estos materiales o en las leyendas chiquitas, valdría también la frase que dice “Orientación al consumidor”, y explicar que la suma de todos los ingredientes incrementa el tema de energía.

4. ¿La etiqueta limpia busca no incluir ingredientes complejos de entender o no utilizarlos en la formulación del producto?

SARA VALDÉS: No comunicarlos. Pero, además, una de las tendencias es: en lugar de utilizar un conservador sintético, uso un conservador natural. Entonces los citratos son de los conservadores que están resurgiendo porque son naturales. O sea, hay una serie de compuestos orgánicos presentes en la naturaleza que están resurgiendo como aditivos para cubrir la función (lactatos, extracto de Romero como antioxidante, entre otros).

RAFAEL PONCE DE LEÓN: Habría que poner el origen. El ingrediente tiene una función de conservación, de color, pero también tiene una propiedad funcional y entonces lo agrego como extracto, lo agrego como jugo, y ya sé que dentro de esto va el compuesto, que en este caso me va a dar la función. Hay que preguntarse cuáles son las versiones que tengo disponibles de ese ingrediente, cómo me lo están entregando: como extracto, como jugo, etc. Y la etiqueta sería limpia porque la gente entiende bien qué es.

5. ¿Qué opinión tienen sobre los superalimentos?

RAFAEL PONCE DE LEÓN: Hay un momento de la vida que requiere que un alimento contenga ciertos ingredientes que, a su vez, son nutrimentos. En esos casos sí me gusta decir que tienen un beneficio para la salud y que entonces son buenos. Y también pueden ser funcionales. Sin embargo, lo que está mal es que el consumidor viva de estos alimentos y los condicione por una dieta que sea balanceada. Y eso llega a suceder. ¿Ejemplos? La gente que está buscando incrementar la masa muscular o el rendimiento de sus fibras musculares, porque es un deportista por ejemplo, cae mucho con este tema de los Super Foods porque quiere ganar tiempo, porque quiere que sean más biodisponibles. Y ahí yo tendría una pregunta: ¿qué tan bueno sería que el organismo estuviera solamente recibiendo una cosa que va directamente al punto de síntesis, que en este caso es el metabolismo, y dé un resultado, cuando normalmente debería tener procesos de digestión, de desdoblamiento, etcétera? Aquí sí, sobre estos super foods, tiene que haber un dossier científico que explique cómo se deben utilizar y qué efectos causan. Sin llamarles Super Foods, cuando hablamos de algunos aminoácidos y aceites esenciales, éstos tienen un impacto muy importante en la salud, en la ingestión temprana de ellos pero también al final de la vida, porque ahí obviamente nos ayudan como protectores, promueven el crecimiento, etcétera. Inclusive promueven inmunidad. Sin embargo, cuando esto se encuentra en una forma, es mejor que esté agregado en un alimento que se consume regularmente, que es accesible a la población, a irme a un Super Food, que nos da un mercado mucho más pequeño y específico, con presentaciones en cápsulas. Entonces, hoy por hoy vemos a muchos jóvenes que justifican su estructura muscular mostrando en Instagram una foto de todas las pastillas que consumen, con aceites esenciales, fibras, etc. Y eso a mí no me deja convencido. Que estos ingredientes sean parte de un alimento me parece una cosa increíble. Y a los que lo desarrollan, tienen que estar haciendo muchos ejercicios de purificación. En términos de tecnología se me hace algo muy interesante y algo que se logra bien. En términos de aplicación y de educación hay un camino importante que hay que llevar para que la gente los utilice bien.

6. En el marco regulatorio para el cumplimiento de productos calidad exportación, ¿como empresa necesitamos cumplir con un certificado como planta elaboradora de productos de exportación, como producto individual, o hay que tener un certificado de calidad exportación por cada ingrediente que utilizemos?

SARA VALDÉS: Depende del país al que se vaya a exportar. Estados Unidos, con las nuevas modificaciones que hizo al acto de modernización, exige que tu planta esté auditada y que tenga implementado el sistema HACCP y el Sistema de Food Defense. Envían a un auditor de FDA o a un tercer autorizado. Van a revisar tu sistema de calidad y ahí van a ver las especificaciones de cada una de tus materias primas. Van a revisar la instalación, van a revisar todo. Entonces sí, definitivamente está involucrada. Recordemos que el 70% de las exportaciones de alimentos de México van a Estados Unidos. Tienes que cumplir con lo que te marca la FDA. Si no, no le vas a vender y tú no le puedes vender un alimento adulterado. Adulterado está si lleva materia extraña, si lleva una carga microbiológica por arriba de la permitida, si tiene una materia prima no permitida, etc. Entonces hay que cumplir y no podemos no entenderlo. La página web de la FDA es bastante amable. Tienen muchos documentos en español. Sencillamente hay que leer. Las grandes corporaciones tienen un departamento legal y la mediana industria tiene que trabajar en asuntos regulatorios.

7. ¿Siempre que haya un edulcorante como ingrediente se tiene que colocar la leyenda precautoria o tiene que tener una cantidad específica para poder declararlo?

RAFAEL PONCE DE LEÓN: No, por default. Por eso era muy interesante que de repente se nos olvida el tema de la estructura del endulzante que estamos utilizando, porque es natural. Pero si alguien lo analiza bien y resulta ser que es edulcorante y no está en una presentación adecuada, ya le cayó una leyenda precautoria de “contiene edulcorante”. O podría quedar como que infringe porque no la colocó.

SARA VALDÉS: Y entonces empiezan las multas, que pueden ser de miles de pesos. Y nadie quiere eso. Y luego hay que quitar los productos y re etiquetarlos, sacarlos de la caja uno por uno y eso implica una pérdida económica impresionante.

8. El uso de natamicina en lácteos ya tiene mucho tiempo, sin embargo, se sabe que el resabio es desagradable. ¿Pueden recomendar otros conservadores naturales para lácteos?

SARA VALDÉS: Nosotros hemos hecho pruebas con natamicina y no hemos notado sabor desagradable. Lo hemos hecho en queso panela y quesos frescos. Ahí hay que cuidar mucho la concentración. Si me paso de la concentración puede haber sabores desagradables.

RAFAEL PONCE DE LEÓN: Se podrían considerar las hojuelas de grasa para reemplazar a la natamicina. Sabemos que en panificación van muy bien, pero habría que ver si pueden considerarse para lácteos.

9. El tema del desarrollo aditivos naturales, por su disponibilidad y precio, parece ser un importante. Pero ¿cómo minimizar su impacto en el costo del producto?

RAFAEL PONCE DE LEÓN: Tendrá que ver también cómo y en qué lo quieren utilizar. Si son naturales y, por ejemplo en panificados, dicen que la esencia de Romero ayuda a no estar utilizando aceites parcialmente hidrogenados. Sin embargo, si se está desarrollando un producto que vaya a un segmento C o D, quizás sí realmente el consumidor esté dispuesto a que la innovación la paguemos. A diferencia de que muchos de estos productos que vienen con origen natural entran en un segmento más premium, salen un poquito del mainstream, porque el consumidor sí quiere esa calidad de alimentos y puede pagar por ello. Si lo pone ahí, entonces la ecuación puede salir favorable. Si están pensando utilizarlo en un producto donde el valor debe ser mucho más eficiente, es ahí donde podemos sentir que nos cuesta.

SARA VALDÉS: Sí, definitivamente la cuestión de costos hay que abordarla con mucha atención. Un colorante sintético puede costar diez veces menos que su equivalente natural. Entonces la parte de costos es un punto que no podemos perder de vista. Pero todo es cuestión de educación.