

Enfoka-Trends febrero 2020

“FOOD CULTURE”



Foto de [Jonathan Borba](#) en [Unsplash](#)

El papel social que desempeña la gastronomía es un factor clave de **estilo de vida** en una sociedad que reivindica un consumo de alimentos **sostenible y saludable**.

El crecimiento de la población mundial y los cambios en las dietas y el consumo desde mediados del siglo pasado han llevado a tasas sin precedentes de uso de la tierra y el agua. Estos cambios han contribuido al aumento de emisiones netas de **gases de efecto invernadero**, pérdida de ecosistemas naturales y disminución de la biodiversidad. Un 23% de todos los gases de efecto invernadero que expulsa la humanidad vienen de la agricultura, la silvicultura y el uso de la tierra, si a esto añadimos las emisiones asociadas a la producción mundial de alimentos, esa cuota puede llegar hasta el 37%.

Las nuevas generaciones exigen un compromiso ético y sostenible, quieren productos seguros. Los alimentos y bebidas están comenzando a ofrecer información identificativa del sistema de producción, la cadena de suministro y su apuesta por un packaging responsable. En esta línea Eroski ha puesto en marcha su proyecto **Diverhortaliza**: Diversificación Sostenible Colaborativa, un proyecto de cooperación junto a horticultores del País Vasco cuyo objetivo es la mejora de la rentabilidad de las explotaciones hortícolas de Euskadi a través de la diversificación y del manejo sostenible de los nuevos cultivos.

Son numerosas las empresas del sector de alimentación que han comenzado a modificar su oferta a fin de adaptarse a un nuevo perfil de consumidor preocupado por el consumo de productos realmente saludables, este movimiento se ha denominado **“Realfooding”**, y se centra en la defensa y divulgación de la comida real, la comida de verdad y en la lucha contra el entorno obesogénico y la proliferación de los alimentos ultraprocesados. Su objetivo es mejorar la salud de la población a través de la alimentación, para lo que se ha lanzado como herramienta la app MyRealFood que permite, entre otras funciones, escanear productos y conocer sus valores nutricionales.

En esta línea Burger King ha lanzado la campaña **#MoldyWhopper** en la que muestra imágenes de sus hamburguesas cubiertas de moho como consecuencia de la eliminación de los conservantes artificiales, colorantes y potenciadores del sabor que hasta ahora contenían sus productos.

Otra importante tendencia viene marcada por la reducción del consumo de alimentos de origen animal y el incremento del consumo de la alimentación denominada **plant-based**, consistente en productos elaborados con vegetales, setas o algas. Empresas como Kentucky Fried Chicken (KFC), han comenzado ya a testar nuevos productos como el “pollo de origen vegetal”, igualmente Mercadona está apostando dentro de su aceleradora de startups, Lanzadera, por el apoyo a la empresa Heura, dedicada a la producción de productos de carne vegetal e Ikea ha empezado a comercializar una versión 100% vegetal de sus famosas albóndigas.

Una última tendencia viene marcada por cómo los consumidores realizarán, en los próximos años, sus pedidos a los comercios de alimentación, si hace unos años se pusieron de moda los “Dash button”, parece que en el futuro muchos de los pedidos llegarán a los comercios a través de los denominados **“Altavoces Inteligentes”**. Starbucks y Alibaba han expandido la alianza que mantenían en China para poder hacer pedidos desde el asistente virtual de Alibaba, “Tmall Genie”, al Starbucks más cercano a la ubicación del consumidor. Esto no es algo nuevo ya que Alexa también permite desde hace más de 2 años realizar pedidos a través de Google Assistant.

BIBLIOGRAFÍA

- Zorraquino (2019). Informe de tendencias de consumo 2020. Recuperado el 19 de febrero de 2020 de <https://www.zorraquino.com/informes/tendencias-consumo-2020.html>
- Raquel Piñeiro (2019). ¿Qué tiene de bueno (o de malo) el movimiento "Real Food"? Recuperado el 19 de febrero de 2020 de https://elcomidista.elpais.com/elcomidista/2019/07/09/articulo/1562702626_450013.html
- Europa Press (2019). Kentucky Fried Chicken prueba el "pollo vegetal" de Beyond Meat. Recuperado el 19 de febrero de 2020 de <https://www.europapress.es/economia/noticia-kentucky-fried-chicken-prueba-pollo-vegetal-beyond-meat-20190827134343.html>
- Cinco Días (2020). El presidente de Mercadona apuesta por una empresa de carne vegetal. Recuperado el 19 de febrero de 2020 de https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/01/15/companias/1579086532_316117.html
- Peter Adams (Marketing Dive) (2020). Burger King promotes moldy Whopper as part of "real food" push. Recuperado el 19 de febrero de 2020 de <https://www.marketingdive.com/news/burger-king-promotes-moldy-whopper-as-part-of-real-food-push/572545/>
- Manuel Planelles (El País)(2019). El planeta necesita un cambio del modelo alimentario para combatir la crisis climática. Recuperado el 19 de febrero de 2020 de https://elpais.com/sociedad/2019/08/07/actualidad/1565193502_273906.html
- Yaiza Saiz (La Vanguardia) (2020). Las diez tendencias gastronómicas para este 2020. Recuperado el 21 de febrero de 2020 de <https://www.lavanguardia.com/comer/tendencias/20200101/472660979281/tendencias-alimentarias-gastronomia-2020.html>
- Ángeles Gómez (El Confidencial)(2020). Doce alimentos que serán tendencia en 2020 y una petición desesperada. Recuperado el 21 de febrero de 2020 de https://www.alimente.elconfidencial.com/nutricion/2020-01-02/alimento-tendencia-peticion-desesperada-vegetal_2393843/
- Zukán (2020). ¿Conoces las tendencias en alimentación para 2020?. Recuperado el 21 de febrero de 2020 de <https://zukan.es/noticias-conoces-las-tendencias-en-alimentacion-para-2020/>
- Domotica en casa (2019). Starbucks lanza en China el pedir por medio de la voz en los altavoces de Alibaba Tmall Genie. Recuperado el 24 de febrero de 2020 de <https://domoticaencasa.es/starbucks-lanza-en-china-el-pedir-por-medio-de-la-voz-en-los-altavoces-de-alibaba-tmall-genie/>

WEBS RELACIONADAS

- Real fooding: <https://realfooding.com/>

VIDEOS RELACIONADOS

- Ikea Working To Create Plant-Based Meatball: <https://www.youtube.com/watch?v=dpCtwvsFAfo>
- Starbucks y Alibaba se unen para ordenar por voz: <https://www.youtube.com/watch?v=YF5GuyLKUxo>