



NUTRA FOOD: RESPUESTAS FUNCIONALES PARA PERSONAS CON DIABETES

HÉCTOR ECHEVERRÍA VÁSQUEZ, AGREGADO AGRÍCOLA DE CHILE EN MÉXICO

El caso que comentaré reviste especial interés porque responde a una problemática que he visto a lo largo de mi gestión. México, uno de los países con mayor índice de obesidad alrededor del mundo, registra una población creciente de personas con diabetes que para el año 2025 alcanzará las 11 millones de personas.

Pese a que las autoridades gubernamentales emprenden campañas muy intensas para combatir la obesidad en la población, serán necesarios muchos años de trabajo para reducir este problema de salud pública.

Entretanto, las personas que viven con diabetes necesitan de servicios médicos de calidad, además de una serie de insumos para facilitar su vida. Este universo de bienes incluye alimentos balanceados y libres de azúcar, diseñados específicamente para este sector de la población.

Desde mi punto de vista, la empresa a la que haré referencia puede ofrecer una respuesta a requerimientos que actualmente no están siendo cubiertos en el

mercado de los alimentos funcionales para diabéticos en este destino. De ahí su relevancia.

Los mexicanos que viven con diabetes y que tienen el poder adquisitivo para acceder a la oferta de alimentos que satisfagan sus necesidades acuden a tiendas especializadas, farmacias y organizaciones de la sociedad civil donde encuentran productos importados como salsa cátsup, harina para panqueques, galletas, chocolates, jaleas y compotas, la mayoría originarios de Estados Unidos y la Unión Europea. Esta mercancía suele tener un costo alto y una variedad reducida según información de la Asociación Mexicana para la Diabetes.

Fundada en el año 2000 por Adriana Ibieta y María Teresa Comparini —ambas ingenieras en alimentos egresadas de la Universidad de Chile—, *Nutra Food* elabora, comercializa y exporta alimentos que no contienen azúcar, grasas trans, colorantes o conservadores, pero que sí incorporan fibra prebiótica y Omega 3, además de ser saborizados naturalmente. Esta pequeña empresa, que ha ganado diversos premios por su trayectoria

como emprendimiento y ejemplo de liderazgo, elabora premezclas para tortas y bizcochuelos, salsas de chocolate, almendras cubiertas, galletas y biofibras sin azúcar, todo conforme a estrictos estándares de calidad internacional.

El caso de *Nutra Food* me parece relevante por varias razones. Primero, porque se trata de una empresa pequeña, conformada por un equipo de apenas siete integrantes. En lugar de convertirse en una debilidad, el tamaño reducido de la compañía forma parte de todo un modelo de negocios que permite que su estructura liviana se adapte a las necesidades del mercado, explore nuevas oportunidades y se lance a la conquista de otros destinos.

Segundo, porque las científicas que lideran esta empresa no dan por sentado su conocimiento y continúan investigando para conocer cada vez mejor los requerimientos de sus clientes. Este diseño orientado al consumidor final que además hace propicia la innovación, hará posible que con el tiempo la oferta se diversifique, más aún cuando *Nutra Food* incursione en mercados como México,



donde será necesario adaptar los productos a las prácticas locales para así posicionarse.

En tercer lugar, porque la experiencia de esta organización ejemplifica el espíritu del emprendimiento, siguiendo la idea detrás de la palabra entrepreneur (pionero): la exploración de nichos pequeños y con alto valor agregado ofrece respuestas allí donde los commodities ya no nos brindan alternativas, más aún cuando se trata de una PYME que deberá atender los requerimientos de un nicho también reducido.

Lo que podríamos entender por “nicho pequeño” en el caso de México es relativo. Hablamos de una población que supera los 114 millones de habitantes, de los cuales un porcentaje significativo padece obesidad y de éstos, un grupo relevante también padece diabetes. Aun siendo acotada, la oportunidad se adviene muy interesante para las empresas chilenas, que desde mi punto de vista tienen mucho que ofrecer en cuanto a calidad, sanidad, cualidades nutricionales, sabores, texturas y diseño, todo conjugado para satisfacer los requerimientos del

público mexicano. El reto no es menor y quizás implique la conformación de alianzas y clusters para lograr mejores resultados.

Actualmente, la totalidad de la producción de Nutra Food se destina al consumo nacional. Sin embargo, los mercados externos constituyen una prioridad para Ibieta y Comparini, quienes estiman que la empresa ha madurado lo suficiente como para explorar nuevas latitudes.

¿Qué encontrará la empresa cuando explore el mercado mexicano? Además de una creciente población de consumidores potenciales, hallará a organizaciones de la sociedad civil que representan de forma activa a las personas con diabetes y certifican el valor agregado de los productos destinados a este sector de la sociedad, visa que considero deseable para las empresas que desean incursionar en este mercado.

Las empresas que decidan avanzar en este destino también encontrarán un gobierno altamente sensible a las necesidades de las personas que viven con diabetes, interesado en mejorar su calidad de

vida y en disminuir el impacto que este problema de salud pública tiene para el erario federal. Finalmente, encontrarán a un pujante sector healthy con alto poder adquisitivo, que sin padecer diabetes está interesado en consumir alimentos con alto valor agregado que promuevan la salud y el cuidado corporal.

Así pues, el gran mercado mexicano comporta varios nichos que conviene explorar con una oferta focalizada y diferenciada con base en las necesidades del cliente. La oferta de productos Nutra Food es flexible, podrá adaptarse a este contexto y así contribuir a la cultura de los alimentos funcionales. Contra la creencia de que los alimentos sanos deben tener un gusto y una apariencia desagradables, el catálogo de Nutra Food nos ofrece una presentación apetitosa, altas cualidades nutricionales y un balance ideal para las personas que viven con diabetes.

<http://www.nutrafood.cl/>
Agregaduría Agrícola de Chile en México:
www.consejagri.org
Informaciones: **consejeria_agricola@consejagri.org**