

Cómo crear alimentos sabrosos que respetan nuestro planeta

Date : mayo 15, 2017

¿Escuchaste hablar de la Hamburguesa imposible? Como puedes ver por la foto, se parece (y muchos dicen que sabe) mucho a nuestra hamburguesa favorita de una cadena de comida rápida, pero en realidad es muy diferente. La ofrecen en un puñado de menús de EE. UU., en restaurantes como Public House, en San Francisco, Bareburger, en la ciudad de Nueva York, y Crossroads Kitchen, en Los Ángeles. La Hamburguesa imposible se presenta a sí misma como “la hamburguesa que cambia las reglas del juego” que es 0% de vaca. Así es, está hecha de plantas, no de animales.

Nick Halla es uno de los arquitectos detrás de la Hamburguesa imposible y, en un sentido más amplio, del movimiento alimenticio basado en plantas que está emergiendo. Halla, quien creció en una granja lechera, estudió Ingeniería en la Universidad de Minnesota, y obtuvo títulos universitarios en Negocios y Ciencias de la energía y ambientales en Stanford, fue el primer empleado de Impossible Foods en Redwood City, California. Ahora es el Gerente de [Estrategia](#). Bajo la guía del [CEO](#) (Presidente Ejecutivo) y fundador, Patrick Brown, bioquímico y profesor emérito de la Facultad de Medicina de Stanford, Impossible Foods se embarcó en una misión para investigar y comprender los fundamentos de las propiedades que impulsan a los productos como la carne, el pescado y los lácteos. Desde allí, la [empresa](#) encuentra piezas en el mundo basado en las plantas para ayudar a recrear esos alimentos.

“Si tomásemos el enfoque del alimento para solucionar este problema, terminaríamos con una mejor hamburguesa vegetariana, que no nos va a llevar a donde necesitamos estar”, explica Halla, quien se dio cuenta mientras estudiaba fuentes de energía renovables, como la energía solar y eólica en la universidad, que podría tener un impacto mucho mayor sobre la sostenibilidad del planeta a través de los alimentos. “Los primeros 50 empleados en Impossible Foods fueron casi todos científicos e investigadores que observaban qué hace que la carne, el pescado y los lácteos sean lo que son. Al realmente comprender la ciencia de lo que sucede, puedes fabricar soluciones sencillas al final”.

Soluciones como la Hamburguesa imposible. La Hamburguesa imposible es el primer [producto](#) de Impossible Foods para los consumidores; tiene muy pocos ingredientes clave como aceite de coco y proteína de papa: nada artificial. La empresa acaba de anunciar que se encuentra a mitad de la construcción de sus primeras instalaciones de producción en Oakland, California, que pronto harán que la Hamburguesa imposible esté disponible en más de 1.000 restaurantes de EE. UU., en comparación con sus 11 actuales. En la calle se comenta que la empresa hasta estuvo hablando con McDonald’s como un potencial vendedor de la hamburguesa basada en plantas. El crecimiento de Impossible Foods, así como de novedades similares de competidores como Beyond Meat, con sede en Los Ángeles, sugiere que la [innovación](#) para hacer que los alimentos que comemos y adoramos sean aún mejores apenas acaba de comenzar.

La entrevistadora de KWHS, Julia Drake, estudiante de tercer año en Hopewell Valley Central High School en Pennington, N.J., se sentó con Halla durante un reciente viaje a Silicon Valley para aprender más acerca de la ciencia y la pasión detrás de los alimentos basados en plantas. Asegúrate de escuchar el podcast que aparece arriba de este artículo.

A continuación, una versión editada de la transcripción del podcast.

Knowledge@Wharton High School: Hola. Soy Julia Drake de KWHS, y estoy feliz de estar aquí, en Redwood City, California, hablando con Nick Halla, Gerente de Estrategia de Impossible Foods, creador de la Hamburguesa imposible. Nick, gracias por unirme a nosotros.

Nick Halla: Gracias a ustedes por invitarme.

KWHS: Entonces, ¿puedes compartir con nosotros la historia y el objetivo de Impossible Foods? ¿De qué se trata la empresa?

Halla: Comenzamos hace seis años, en 2011, realmente observando el sistema alimenticio y tratando de encontrar una manera mejor de producir las comidas que adoramos hoy en día. Si observamos cuánto (cuán grande) es el impacto ambiental detrás de nuestro sistema alimenticio hoy en día, y detrás de la forma en que usamos a los animales como una tecnología para producir alimentos; si deseamos seguir comiendo los productos de carnes, lácteos, y pescados que amamos, tenemos que producirlos de una manera mejor.

Entonces, lo que hicimos en Impossible Foods fue comenzar a observar lo fundamental de qué hace de la carne, pescado, lácteos, lo que son. Y luego [observamos] en el mundo basado en las plantas para encontrar soluciones sencillas para cómo podemos recrear esas experiencias que adoramos, para fabricar productos deliciosos que puedan usar los cocineros.

KWHS: Hablas de transformar el sistema alimenticio global. ¿Por qué siquiera necesitamos inventar una manera mejor de fabricar los alimentos que adoramos?

Halla: Hoy en día, observamos a los animales como un sistema de producción de alimentos; hace 1.000 años tenía mucho sentido. Pero a medida que agregamos más y más gente al planeta, el impacto detrás de ese sistema se volvió muy, muy grande. Entonces, hoy, más del 30% de la superficie de los terrenos del mundo se dedican a granjas de animales. Más del 25% de toda el agua potable se usa para eso. Y generan más gases invernadero que todo el transporte combinado. Y cuando la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura predice que [el consumo](#) se va a incrementar en un 70% para 2050, simplemente no sirve usar el mismo sistema que usamos hoy para ayudar a alimentar a la gente con las comidas deliciosas que le encantan.

Pero si lo miramos desde el punto de vista de la tecnología, las vacas son excelentes en producir alimentos que le gustan a la gente. Pero son muy ineficientes. Entonces, por cada 33 gramos de proteínas que se destinan a una vaca de faena, consumimos uno en carne. Y entonces, si recurrimos a las plantas, podemos tomar una tecnología eficiente del 3% y hacerlo mucho mejor. Y podríamos alimentar al mundo en 2050 con una fracción diminuta del impacto ambiental que tenemos.

KWHS: Tengo que admitir que nunca probé una Hamburguesa imposible.

Halla: Bueno, tendremos que hacer que eso cambie pronto.

KWHS: Sí. Aunque escuché que sabe como la de verdad. ¿Qué elementos forman parte del proceso de crear un producto nuevo como ese?

Halla: Pasamos los dos primeros años desarrollando una plataforma nueva sobre cómo fabricar alimentos. Nuestro fundador, el Dr. Patrick Brown, de Stanford, pasó 25 años como investigador médico. Y aplicamos muchas de las cosas que él había hecho en investigación, sobre cómo realmente observar a los alimentos. Tomaremos un ejemplo para la Hamburguesa imposible (que definitivamente tendrás que probar pronto).

Observamos qué le da a la carne las propiedades que tiene. ¿Por qué todo el sabor se genera cuando lo pones a la parrilla? ¿Por qué se convierte de algo suave y maleable que puedes transformar en un tártar, albóndiga o hamburguesa, y luego cambia las propiedades a medida que se cocina? Y cuando comprendimos esos puntos fundamentales, entonces investigamos el mundo basado en las plantas y cómo recrear y escoger esas partes.

Entonces, construimos un equipo durante los dos primeros años, aproximadamente 50 científicos, que realmente investigaban este problema. Y un ejemplo de cómo funciona esto es cuando comenzamos a observar el sabor y el aroma, aprendimos que hay una proteína que impulsa todo el sabor de la carne. No importa que sea pollo, cerdo o ternera. Esa proteína se llama mioglobina, y es una proteína hemo. Y la hemo está presente en las plantas, en los

animales y en realidad en cualquier parte de la vida.

Y entonces observamos el mundo basado en las plantas, y encontramos una proteína hemo llamada leghemoglobina. E impulsa toda la misma química cuando cocinas. Entonces, comes la Hamburguesa imposible, y la razón por la que sabe a carne, es porque ocurre toda la misma química en nuestra Hamburguesa imposible que ocurre con la carne hecha de un animal.

KWHS: ¿Cuáles son tus responsabilidades como Gerente de estrategia?

Halla: Bueno, como puedes imaginarte, hemos estado creciendo como un pequeño equipo durante los últimos seis años y ha habido de todo con el tiempo. Ahora que crecimos, queremos enfocarnos mucho en cuán grande es nuestra misión. Que esta industria es impresionante, y que la gente desea más y más comida, a medida que las clases medias se elevan y la población sigue creciendo. Entonces, gran parte de mi función se concentra, desde un punto de vista de la estrategia, en ¿cómo podemos acelerar la entrega de más y más productos a las personas aquí en los EE. UU., en todo el mundo? ¿Cuáles son los próximos productos? ¿Y cómo construimos realmente el negocio para tener el impacto a nivel mundial que queremos tener?

KWHS: ¿Hacia dónde crees que se dirige el movimiento de alimentos basados en plantas en el futuro?

Halla: Creo que va a continuar creciendo y que va a crecer realmente rápido. Hace un par de semanas, estaba en un panel hablando acerca del futuro de los alimentos. Y miras los alimentos hoy en día, comparados con lo que era hasta 100 años atrás, hubo un montón de cambios. Y ahora, de hace cinco años a hoy, hay un montón de cambios.

Estamos en San Francisco justo ahora. Hace cinco años, se hablaba muy poco acerca de lo que podíamos hacer desde el punto de vista de la innovación en los alimentos. En mis orígenes, crecí en una granja lechera. Trabajé en General Mills, diseñando productos nuevos y fabricando sistemas. Y lo que vi en esas industrias realmente se movía lento.

Cuando llegué a San Francisco, buscaba adentrarme en la energía, porque estaban ocurriendo cosas en las energías renovables [como la solar y la eólica]. Pero ahora, la gente alrededor del mundo se está dando cuenta de que no hay muchas oportunidades para que los alimentos mejoren mucho más, desde el punto de vista de la asequibilidad, desde el punto de vista nutricional, de la salud y realmente hasta de las propiedades de lo que nos encanta. Y entonces, pienso que va a haber más y más innovación que llegue a los alimentos. Y las oportunidades y las opciones para los consumidores, y lo que realmente pueden comprar en los restaurantes y almacenes, y hasta directamente para sus hogares, se van a multiplicar muy rápidamente.

KWHS: Muchas gracias.

Halla: De nada.