

PYMES | **MODELOS DE NEGOCIO**

# Los emprendedores se suman a la tendencia 'healthy'

Reducir el impacto ambiental, adoptar un estilo de vida **saludable** y disminuir el consumo de proteína animal son preocupaciones que generan oportunidades para las empresas, que crean nuevas profesiones a través de ideas sostenibles.

Catarina Valente. Madrid

Su pasión por los alimentos empezó desde pequeña cuando veraneaba en casa de sus abuelos, que tenían un gran huerto en L'Empordà (Barcelona). Carla Zaplana disfrutaba recogiendo los tomates, jugando con las lechugas y subiéndose a los árboles para arrancar las cerezas. Esta conexión con el campo la llevó a estudiar Nutrición y su inquietud por sanar a otras personas la impulsó a montar su propio proyecto como mentora de salud. Una idea que se ha convertido en una empresa saludable con marca personal: Carla Zaplana.

Empezó con la creación de un grupo en Facebook hace ocho años, en el que publicaba artículos y daba consejos. Después lanzó un *blog* y se convirtió en redactora de medios de comunicación de estilo de vida. Más tarde diseñó el programa de alimentación depurativa *Come Limpio*, que le facilitó la posibilidad de escribir tres libros. Recientemente, lanzó la línea *healthy* de los desayunos de la cadena hotelera Petit Palace y se convirtió en la imagen de Tegust, una marca catalana de té e infusiones en la que Zaplana tiene su propia gama de productos.

Esta nutricionista y *coach* de salud ejerció hasta la fecha al menos diez profesiones con las que generó diferentes modelos de negocio. Esto se debe a la viva preocupación social por adoptar un estilo de vida saludable y reducir el impacto medioambiental: "La gente da cada vez más importancia a la comida para vivir mejor. Busca alternativas naturales y holísticas".

Los países más ricos de la OCDE llevan la delantera en estas cuestiones: "El 20% de las empresas en Estados Unidos, Inglaterra y Alemania ya se han sumado a este movimiento saludable", afirma Carles Torrecilla, profesor del departamento de Marketing de Esade, quien advierte de que "no se trata de una moda, sino de una macro tendencia que ofrece numerosas posibilidades de negocio".

## Macro tendencia

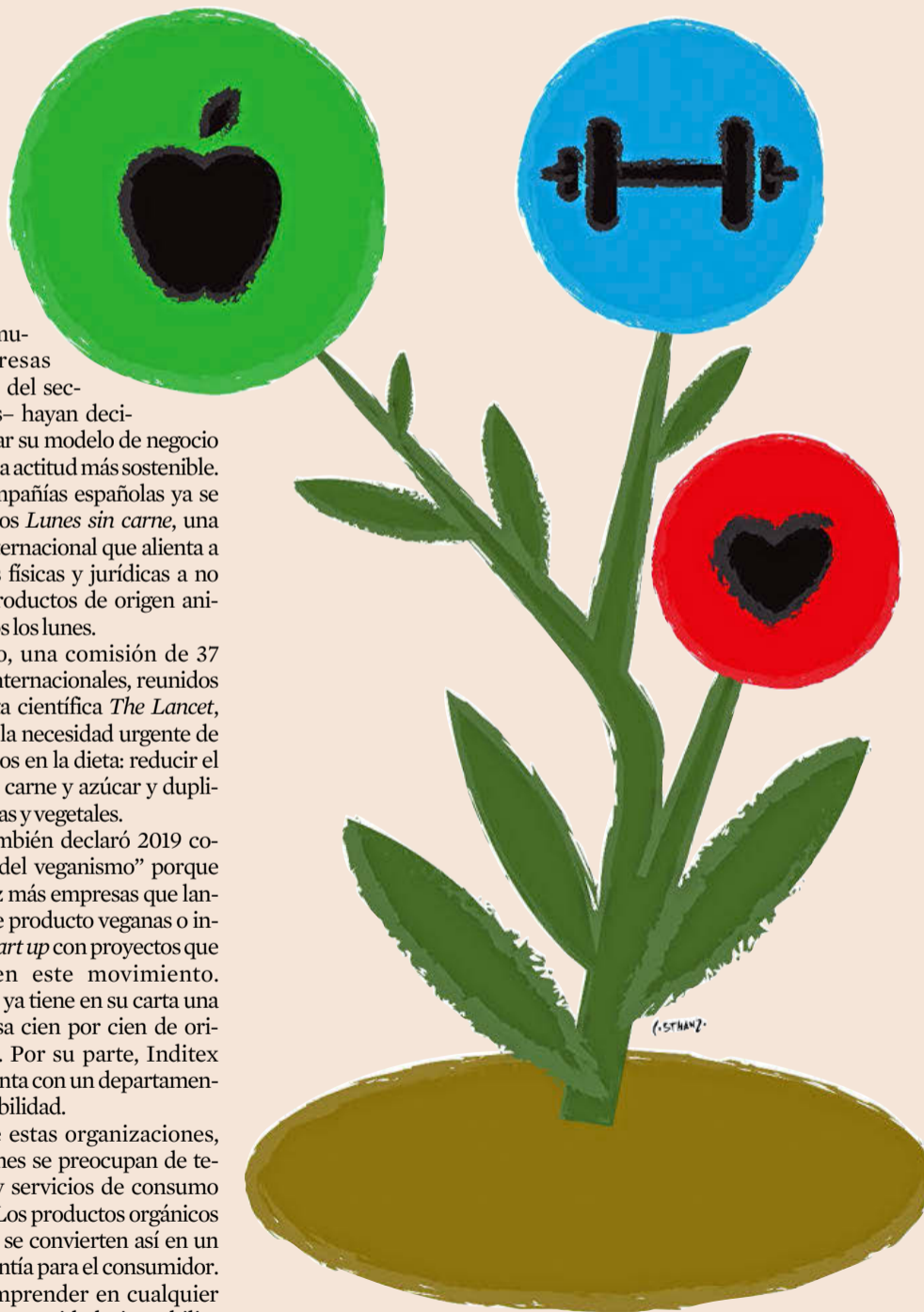
Prueba de ello es el aviso de varios organismos internacionales. La Organización Mundial para la Salud (OMS) anunció en 2015 que la carne roja podía ser cancerígena. Esto ha

hecho que muchas empresas –sobre todo del sector servicios– hayan decidido repensar su modelo de negocio y adoptar una actitud más sostenible. Algunas compañías españolas ya se sumaron a los *Lunes sin carne*, una campaña internacional que alienta a las personas físicas y jurídicas a no consumir productos de origen animal, al menos los lunes.

Asimismo, una comisión de 37 científicos internacionales, reunidos por la revista científica *The Lancet*, alertó sobre la necesidad urgente de hacer cambios en la dieta: reducir el consumo de carne y azúcar y duplicar el de frutas y vegetales.

*Forbes* también declaró 2019 como el "año del veganismo" porque hay cada vez más empresas que lanzan líneas de producto veganas o invierten en *start up* con proyectos que apuestan en este movimiento. McDonald's ya tiene en su carta una hamburguesa cien por cien de origen vegetal. Por su parte, Inditex también cuenta con un departamento de sostenibilidad.

Igual que estas organizaciones, muchas pymes se preocupan de tener bienes y servicios de consumo consciente. Los productos orgánicos y ecológicos se convierten así en un sello de garantía para el consumidor. Antes de emprender en cualquier sector de oportunidad –inmobiliario, textil, hotelero, logístico, turismo, entre otros–, los directivos deben formarse y viajar. "Es importante salir fuera del país para ver qué funciona en otros lugares y qué ha fracasado", sugiere el profesor de Esade, que insiste además en que "antes de definir el modelo de negocio es importante hacer un estudio de mercado".



Definir el área, cuantificar cuántas personas estarían dispuestas a pagar por un bien o servicio saludable y analizar las necesidades reales del público son factores imprescindibles para trazar una propuesta de valor. La vida sana genera cada vez más proyectos sostenibles, nuevos empleos y modelos de negocio innova-

dores. Muchos son creados por *start up*, pymes o marcas personales:

- **'Coaching'**. Es una profesión en auge, sobre todo en el mundo de la alimentación y el deporte por la macro tendencia *healthy*. Prueba de ello son los mentores de salud y los entrenadores personales. El *coach* es un

**Alemania, Inglaterra y Estados Unidos son pioneros en los negocios saludables**

guía que ayuda a otras personas o entidades a tomar decisiones importantes, a enfrentar el cambio, a superar sus miedos y a mejorar su gestión emocional. Las empresas de estos sectores pueden aprovechar su formación y saber hacer para crear marca personal y asesorar a sus clientes.

- **'Influencer'**. Tiene el perfil profesional que toda pyme o *start up* desearía para su empresa: una persona que transmita la credibilidad de sus bienes y servicios para influenciar en la decisión de compra de sus clientes. Esto es lo que hacen los *influencer*, conectar con el público y movilizar a sus seguidores en las redes sociales para que pasen a la acción. Colaborar con estos expertos, que muchas veces transforman su pasión en su profesión y sustento, es una gran oportunidad de negocio para las empresas. La periodista Cristina Mitre, la actriz Kira Miró, o la ingeniera Paula Butragueño son algunos de los nombres acreditados en España en las áreas del yoga, pilates, el *running* y la alimentación.

- **Espacios ecológicos**. El mercado con opciones orgánicas y vegetales en España aumenta por la incesante búsqueda de los consumidores por conquistar el bienestar físico, mental y emocional. Esta preocupación genera nuevas oportunidades para los centros de deporte y los establecimientos de alimentación, que ofrecen cada vez más platos con alternativas vegetarianas, sin gluten, lactosa ni azúcares añadidos. Asimismo, muchos negocios cuidan que su decoración sea sostenible, apostando por muebles de madera y productos reciclables.

- **Tiendas saludables online**. La economía digital es una realidad también en estos sectores, a los que suman tanto las pymes como las