

2 min de lectura

18 de noviembre 2025

**dportenis**<sup>TM</sup>  
CENTRO DE INNOVACIÓN

PepsiCo está revolucionando el mercado de los snacks al anunciar una importante reformulación de dos de sus productos estrella: Cheetos y Doritos. La compañía ha lanzado la nueva línea Simply NKD, una gama de botanas que está formulada sin colorantes sintéticos ni saborizantes artificiales.

Esta iniciativa surge como respuesta directa a las crecientes exigencias de los consumidores por etiquetas más transparentes y en medio de una intensa vigilancia por parte de agencias como la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) de Estados Unidos, que han puesto el foco en los aditivos de la comida procesada. La empresa ha asegurado que con esta línea está reinventando sus marcas famosas e icónicas para ofrecer opciones que mantienen los sabores preferidos por los fans, pero sin los aditivos artificiales cuestionados.



La decisión de acelerar los ajustes de ingredientes es un reflejo directo de la creciente presión regulatoria. Más allá del anuncio de la línea NKD, PepsiCo ya había anticipado cambios en su portafolio después de que la FDA intensificara su revisión sobre ingredientes como los colorantes artificiales.

Un ejemplo palpable de esta vigilancia ocurrió este verano, cuando, tras un análisis exhaustivo de varios meses, la FDA prohibió específicamente el uso del colorante rojo número 5, una acción que subraya la seriedad con la que las autoridades de salud están tratando estos aditivos. El secretario de Salud, Robert F. Kennedy Jr., ha sido una de las voces que ha impulsado estos debates, aunque las preocupaciones sobre los colorantes artificiales y su posible impacto en el desarrollo infantil (un tema que aún no cuenta con resultados clínicos concluyentes de daño) han estado creciendo entre científicos y padres de familia durante años.

## La Tendencia "Limpia" en la Industria

Las nuevas versiones "desnudas" seguirán teniendo color, presentando un desafío interesante para los fabricantes: mantener la familiaridad visual de la botana sin recurrir a aditivos sintéticos. En septiembre, PepsiCo había revelado que estaba experimentando con ingredientes naturales como la paprika para lograr las tonalidades que los consumidores asocian con estas botanas.



Por ahora, no se ha especificado si la línea Simply NKD utilizará estos mismos ingredientes naturales para sus versiones reformuladas. Este esfuerzo se inscribe dentro de una macro-tendencia de la industria alimentaria, donde las grandes corporaciones buscan ofrecer etiquetas "más limpias" para atraer a los consumidores jóvenes y a las familias que demandan transparencia y menos ingredientes artificiales en la "comida chatarra". Este giro estratégico sugiere que la eliminación de colorantes podría convertirse en un nuevo estándar para la categoría de snacks, obligando a la competencia a seguir pasos similares para conservar su cuota de mercado.

Este lanzamiento de la línea Simply NKD representa un hito significativo en la innovación alimentaria dentro de la categoría de snacks. PepsiCo no solo está respondiendo a las demandas de salud y transparencia de los consumidores, sino que también está invirtiendo en la ciencia de los ingredientes naturales para replicar los sabores y colores icónicos que han definido a sus marcas durante décadas. Este esfuerzo de reformulación subraya un compromiso con el futuro del mercado de botanas, demostrando que es posible mantener la identidad del producto a través de la creatividad y la tecnología aplicada a fuentes de color y sabor más limpias.