

# Desarrollo de productos terminados saborizados a partir de clara de huevo hidrolizada post-tratada: arquitectura sensorial, aromática y comercial para bebidas, postres, yogures, helados y matrices tipo lácteo de alta rotación

José M. López, MD, PhD

CSO, ND Pharma & Biotech – IntaBiotech

---

## Resumen ejecutivo

La tecnología de hidrólisis de clara de huevo hidrolizada post-tratada mediante sistemas tipo **LactoLife™/LactoForce™** permite construir una nueva generación de productos proteicos sólidos, que son la base para la elaboración de productos RTD líquidos y semisólidos con perfil tipo lácteo, pero sin leche, sin lactosa, sin caseína y con proteína animal de alto valor biológico. Su éxito comercial, sin embargo, no dependerá solo de la superioridad nutricional. Dependerá de convertir esa matriz tecnológica en productos terminados emocionalmente comprensibles, sensorialmente limpios, repetibles y adecuados para gran distribución.

La incorporación de aromas, sabores, moduladores sensoriales, sistemas de dulzor, frutas, cacao, café, vainilla, caramelo, especias, notas *bakery* y perfiles indulgentes debe entenderse como una fase crítica de ingeniería de producto. No se trata de “tapar” la clara hidrolizada, sino de diseñar una arquitectura organoléptica coherente con una matriz proteica de alta densidad, reducida en grasa y sin lactosa. El objetivo es crear productos que puedan competir en lineal con yogures proteicos, batidos RTD, postres refrigerados, bebidas vegetales premium, helados funcionales y snacks proteicos.

El mercado actual de bebidas funcionales está favoreciendo formatos convenientes, altos en proteína, hidratación, bajo azúcar, beneficios digestivos y sabores atractivos. *Glanbia* identifica proteína RTD, *meal replacements*, bebidas deportivas, bebidas funcionales, alternativas lácteas y bebidas de yogur como categorías relevantes dentro del mercado funcional estadounidense; *Mintel* señala para 2025 un mayor foco en nutrición fundamental, salud metabólica, salud mental y bienestar; e *Innova* destaca el crecimiento de bebidas funcionales, hidratación y *wellness* como vectores de innovación.

Por tanto, la estrategia correcta no es lanzar un único producto del tipo de “sabor vainilla”. Es construir una **plataforma de productos**.

## 1. Principio rector: la matriz base debe ser sensorialmente neutra antes de saborizar

La incorporación de aromas solo funciona si la matriz base está suficientemente depurada. En hidrolizados proteicos, especialmente de huevo, el error habitual es intentar compensar notas sulfuradas, huevo cocido, amargor o persistencia proteica mediante dosis altas de aroma, edulcorantes o cacao. Eso puede generar productos pesados, artificiales y con baja repetición de compra.

La lógica correcta es distinta al planteamiento tradicional. En primer lugar, la hidrólisis enzimática transforma la proteína y mejora su funcionalidad. Por otro lado, LactoLife™/LactoForce™ actúa como coadyuvante post-hidrólisis para reducir defectos sulfurados, notas animales, amargor y persistencia. En tercer término, solo sobre una base ya limpia se construye el perfil de sabor adecuado

y funcional, y este punto es crítico. Un aroma no debe trabajar contra la matriz; debe trabajar con ella. Si la base aún presenta notas a huevo o azufre, el resultado será un producto que sabe a “vainilla con huevo”, “chocolate con huevo” o “fresa con proteína”. Si la base está bien neutralizada, puede convertirse en una bebida tipo yogur, *shake*, postre o helado de alta aceptación.

## 2. Arquitectura sensorial de la matriz de clara hidrolizada

Una bebida o postre basado en clara hidrolizada post-tratada presenta una arquitectura sensorial diferente a leche, yogur o bebida vegetal. Hay que formularla desde sus propias reglas.

La matriz tiene cinco características principales:

1. **Alta carga proteica**, que aporta cuerpo, viscosidad, saciedad y posible persistencia.
2. **Ausencia de grasa**, que reduce cremosidad natural y transporte aromático lipofílico.
3. **Ausencia de lactosa**, que elimina dulzor lácteo natural y notas caramelizables.
4. **Ausencia de caseína**, que modifica la sensación de cuerpo y recubrimiento oral.
5. **Fracción peptídica**, que puede aportar amargor, umami o persistencia si no se controla.

Por tanto, el diseño de sabores debe compensar tres retos: construir cremosidad sin grasa, aportar dulzor sin exceso de azúcar y crear profundidad aromática sin notas artificiales.

## 3. Función técnica de los aromas y moduladores

En esta categoría, los aromas no solo aportan sabor. Cumplen funciones tecnológicas y perceptivas.

### 3.1 Aromas de identidad

Son los que definen el producto: vainilla, fresa, cacao, café, plátano, mango, limón, caramelo, coco, frutos rojos.

### 3.2 Aromas de redondeo

No se declaran como protagonistas, pero completan el perfil: nata, leche condensada, crema, mascarpone, *biscuit*, cereal tostado, mantequilla, yogur suave.

### 3.3 Moduladores de off-notes

Reducen percepción de proteína, amargor o notas sulfuradas. Pueden incluir tecnologías de bloqueo de amargor, moduladores retronasales, sales minerales equilibradas, lactatos, extractos naturales o sistemas de enmascaramiento.

### 3.4 Potenciadores de cremosidad

La grasa transporta aroma y aporta persistencia agradable. Al ser una matriz sin grasa o muy baja en grasa, se requieren notas aromáticas de crema, vainilla láctea, coco suave, caramelo lácteo, maltol/etil maltol dentro de límites legales, o fibras/hidrocoloides que aporten cuerpo.

### 3.5 Acidulantes y notas frescas

En bebidas tipo yogur, *smoothie* o fruta, la acidez es clave. Ácido cítrico, málico, láctico o combinaciones pueden modular percepción de frescor, dulzor y limpieza final.

## 4. Sistemas de dulzor: pieza central para alta rotación

Un producto proteico de gran distribución debe tener dulzor agradable, pero no empalagoso. El consumidor actual penaliza tanto el exceso de azúcar como el perfil artificial de ciertos edulcorantes.

Se pueden plantear cuatro arquitecturas.

### 4.1 Dulzor clásico

Azúcar o jarabes en baja dosis. Mejor sabor, mayor aceptación, pero peor posicionamiento calórico.

### 4.2 Bajo azúcar con edulcorantes intensivos

Sucralosa, acesulfamo-K, estevia, *monk fruit* u otros según mercado. Buena reducción calórica, pero riesgo de retrogusto.

### 4.3 Dulzor híbrido

Pequeña cantidad de azúcar + edulcorante + fibra. Suele ser la opción más equilibrada para gran distribución.

### 4.4 Dulzor funcional

Uso de fibras solubles, inulina, FOS, polidextrosa o alulosa según regulación local. Permite cuerpo, dulzor y *claims* potenciales, pero exige controlar tolerancia digestiva.

Para esta tecnología, nuestra recomendación es la del uso de un **dulzor híbrido** como punto de partida: suficiente azúcar para redondear, apoyo de edulcorante limpio y fibra soluble para cuerpo. En productos infantiles o familiares, reduciría el perfil edulcorante. En deporte/adulto, se puede ir más bajo en azúcar.

## 5. Cuerpo, textura y cremosidad en ausencia de grasa

La baja grasa es una ventaja nutricional, pero una dificultad sensorial. Los productos lácteos funcionan porque la grasa, las micelas de caseína y los sólidos lácteos aportan cuerpo y redondeo. En clara hidrolizada hay que reconstruir esa sensación.

Herramientas recomendadas:

- fibras solubles: inulina, FOS, dextrina resistente;
- pectina en bebidas ácidas;
- almidones modificados o nativos en postres;
- carragenanos en sistemas tipo pudding/helado, con cuidado regulatorio y sensorial;

- goma guar/xantana en dosis muy bajas;
- proteína estructurada mediante homogeneización;
- micro-aireación controlada en helados;
- aromas cremosos de soporte;
- pequeñas dosis de aceites si se desea versión indulgente, aunque se pierda “0 grasa”.

La clave es evitar textura “babosa”, “gelificada” o “farmacéutica”. En gran distribución, el consumidor acepta “*high protein*” pero **no acepta una bebida densa, pegajosa o con sensación de suplemento clínico.**

## 6. Familias de sabores prioritarias para alta rotación

### 6.1 Gama común o central: sabores de máxima seguridad comercial

Son sabores de baja fricción, alta familiaridad y compra repetida.

#### Vainilla cremosa

Debe ser la referencia base. La vainilla funciona porque redondea proteína, reduce percepción amarga y comunica indulgencia limpia. Debe evitar perfil barato o excesivamente perfumado. Ideal: vainilla bourbon, crema ligera, nota láctea sin leche, fondo *biscuit*.

**Aplicaciones:** bebida RTD, postre, yogur bebible, helado.

#### Chocolate / cacao

Es el sabor más robusto para hidrolizados proteicos porque enmascara amargor y aporta profundidad. Aquí puede integrarse ITB Cocoa, cacao natural o alcalinado, o incluso perfiles tipo brownie/cacao intenso.

**Aplicaciones:** *shake*, pudding, helado, postre proteico.

#### Fresa cremosa

Perfil imprescindible para lineal de yogures y bebidas proteicas. La fresa debe ser natural, ligeramente ácida, con nota de yogur/fruta. Evitar “fresa chicle”.

**Aplicaciones:** yogur bebible, *smoothie*, postre refrigerado.

#### Café latte

Muy potente en adultos. El café cubre notas proteicas y permite posicionamiento energético sin cafeína añadida o con cafeína natural si se desea. Puede formularse como “*coffee protein*”, “cappuccino”, “mocha”.

**Aplicaciones:** RTD adulto, desayuno, *convenience*.

#### Plátano

Funciona muy bien en deporte y consumo familiar. Aporta dulzor percibido y cuerpo. Riesgo: sabor artificial si se sobre-dosifica.

**Aplicaciones:** smoothie, shake, merienda.

## 6.2 Gama wellness: sabores con percepción saludable

*Glanbia* señala que sabores que comunican “*healthy/better-for-you*”, florales, picantes y nostálgicos están ganando atención en 2025; también se observa crecimiento de bebidas funcionales ligadas a hidratación, bienestar y beneficios múltiples.

### **Mango-maracuyá**

Muy adecuado para bebida tipo yogur tropical. La acidez de maracuyá limpia la persistencia proteica y el mango aporta cuerpo.

### **Frutos rojos**

Arándano, frambuesa, mora y fresa. Comunica antioxidantes, naturalidad y salud. Debe controlarse la astringencia.

### **Limón *cheesecake***

Excelente para matriz proteica: acidez + crema + *biscuit*. Además, el limón ayuda a limpiar notas residuales.

### **Coco-vainilla**

Perfil premium, cremoso y sin lactosa. Funciona especialmente bien en postres y helados.

### **Melocotón-albaricoque**

Muy europeo, suave, familiar, apto para yogures bebibles.

## 6.3 Gama indulgente: rotación por placer

Los productos proteicos de éxito no pueden sonar solo a salud. Deben ser placenteros.

### **Chocolate brownie**

Cacao intenso + nota *baked* + vainilla + caramelo. Muy bueno para ocultar notas proteicas.

### **Cookies & *cream***

Gran rotación en deporte y jóvenes. Legalmente hay que controlar si se usan inclusiones con gluten/leche.

### **Caramelo salado**

Muy potente en postres y helados. La sal ayuda a redondear proteína y reduce amargor.

### **Dulce de leche sin leche**

Interesante conceptualmente: perfil lácteo-caramelizado sin matriz láctea. Requiere denominación cuidadosa.

### **Tarta de limón**

Ya se ve en la gama N.OVO de Mantiqueira (Brasil), con “*Torta de Limão*”, y tiene lógica técnica: acidez, crema y nota *bakery*. Mantiqueira comunica esta referencia con 17 g de proteína por unidad.

## **6.4 Gama adulta/premium**

### **Matcha vainilla**

Premium, *wellness*, pero con riesgo de astringencia. Interesante para públicos urbanos.

### **Chai latte**

Espicias cálidas que cubren notas proteicas: canela, cardamomo, jengibre, clavo. Muy adecuado para otoño/invierno.

### **Pistacho crema**

Tendencia premium fuerte en helados y postres. Excelente para gama indulgente.

### **Avellana cacao**

Muy comercial, tipo crema de cacao, alto potencial en postres.

### **Café mocha**

Combina café y cacao, muy eficaz en enmascaramiento proteico.

## **7. Formatos de producto terminado**

### **7.1 Bebida RTD tipo “milk-style protein drink”**

Formato de gran distribución: 200–330 mL.

Objetivo: consumo en desayuno, merienda, post-entreno, oficina.

Perfil ideal:

- 15–20 g proteína por unidad;
- sin lactosa;
- sin caseína;
- 0–2 g grasa;
- bajo azúcar;
- textura fluida;

- sabores *core*: vainilla, chocolate, fresa, café.

Este sería el formato de mayor rotación y menor barrera.

## 7.2 Bebida tipo yogur bebible

Formato: 160–250 g.

Aquí la acidez controlada es clave. Puede formularse sin fermentación real, pero con perfil sensorial tipo yogur. Si se fermenta, habría que estudiar compatibilidad con cultivos y estabilidad proteica.

Sabores prioritarios:

- fresa;
- frutos rojos;
- melocotón;
- mango-maracuyá;
- limón *cheesecake*;
- vitamina de frutas, como ya explora *Mantiqueira*.

## 7.3 Postres refrigerados tipo natilla/pudding

Formato: 100–150 g.

Gran oportunidad porque el consumidor acepta textura más densa y dulzor más indulgente.

Sabores:

- chocolate intenso;
- vainilla;
- caramelo salado;
- café;
- avellana cacao;
- pistacho;
- lemon pie.

Aquí puede conseguirse altísima percepción de valor: “postre proteico sin leche, sin lactosa, con proteína de clara hidrolizada”.

## 7.4 Helado proteico

Formato: tarrina 350–500 mL o monodosis.

Reto: la ausencia de grasa reduce cremosidad y afecta cristalización. Se necesitan fibras, polioles autorizados si aplica, proteínas, estabilizantes y control de *over-run*.

Sabores prioritarios:

- chocolate brownie;
- vainilla cookie;
- pistacho;
- café;
- caramelo salado;
- fresa cheesecake.

La proteína de clara puede aportar estructura, pero hay que controlar dureza, arenosidad y cristalización.

### **7.5 Smoothies proteicos**

Formato: 250–330 mL.

Aquí se pueden integrar purés de fruta, fibra y acidez. Muy buena opción para gran distribución porque se entiende rápido.

Sabores:

- mango-maracuyá;
- fresa-plátano;
- frutos rojos;
- tropical;
- melocotón-yuzu;
- piña-coco.

### **7.6 Postres “spoonable” (de cuchara) tipo “Greek-style no dairy”**

Formato: 125–170 g.

Textura más densa, cuchara, saciedad, alto margen.

Sabores:

- natural vainilla;
- fresa con fruta;
- frutos rojos;
- stracciatella sin leche;
- mango;
- *cheesecake* limón.

## **8. Diseño por segmentos de consumidor**

### **8.1 Gran distribución familiar**

Busca sabor conocido, precio razonable, *claims* sencillos.

Productos:

- chocolate;
- vainilla;
- fresa;
- plátano;
- natilla proteica chocolate.

*Claims:*

- alto en proteína;
- sin lactosa;
- sin leche;
- 0 grasa;
- proteína de clara de huevo.

## 8.2 Deporte y *fitness*

Busca proteína, bajo azúcar, rendimiento, practicidad.

Productos:

- chocolate brownie 20 g;
- café mocha;
- vainilla *clean*;
- cookies & *cream*;
- *smoothie* tropical.

*Claims:*

- *high protein*;
- sin lactosa;
- sin caseína;
- bajo azúcar;
- *ready-to-drink*.

Evitar *claims* médicos. Puede hablarse de “proteína que contribuye al mantenimiento de la masa muscular” en la UE si se cumple el Reglamento de *claims* autorizados.

## 8.3 Sénior / *healthy ageing*

Busca proteína fácil, digestibilidad, bajo volumen.

Productos:

- vainilla suave;
- café con leche sin leche;
- chocolate suave;
- melocotón;
- natilla proteica.

*Claims* prudentes:

- proteína de alto valor biológico;
- textura suave;
- fácil consumo;
- sin lactosa.

#### **8.4 Público femenino/wellness**

Busca ligereza, sabor, proteína, bajo azúcar, digestión.

Productos:

- frutos rojos;
- mango-maracuyá;
- vainilla-coco;
- limón *cheesecake*;
- *matcha* vainilla.

Mensajes:

- proteína limpia;
- sin lactosa;
- sin caseína;
- 0 grasa;
- sabor ligero.

#### **8.5 Premium indulgent**

Busca placer sin culpa.

Productos:

- pistacho crema;
- avellana cacao;
- caramelo salado;
- chocolate brownie;
- tarta de limón.

Mensajes:

- postre proteico;
- indulgencia ligera;
- sin leche;
- sin lactosa;
- alto valor proteico.

## 9. Integración con ingredientes diferenciadores

### 9.1 Cacao y chocolate

El cacao es la herramienta más potente para esta plataforma. Cubre notas proteicas, aporta color, cuerpo, amargor noble y percepción indulgente.

Opciones:

- cacao natural para perfil más fresco;
- cacao alcalinizado para chocolate intenso;
- cacao 16 % para bebida premium;
- cacao ultra-desgrasado para mantener bajo contenido graso;
- **CaroSTAR™/CaroFORCE™** si se busca reducción de coste y perfil cocoa-like con fibra/prebiótico.

Aplicaciones:

- *shake* chocolate;
- pudding;
- helado;
- mousse proteica;
- *café mocha*.

### 9.2 Frutas ácidas

Las frutas ácidas limpian la matriz proteica. Especialmente útiles:

- limón;
- maracuyá;
- frambuesa;
- frutos rojos;
- *yuzu*;
- piña.

La acidez reduce percepción de pesadez y mejora frescor. Debe equilibrarse con estabilidad proteica y pH.

### 9.3 Notas *bakery*

Las notas de galleta, *cheesecake*, brownie, tarta, vainilla horneada y cereal tostado ayudan a construir indulgencia. Son especialmente eficaces en postres y yogures *spoonable*.

### 9.4 Café y té

El café aporta amargor noble y adulto. Puede ser con o sin cafeína. La ventaja de una versión sin cafeína es posicionarse para noche, sénior o consumidores sensibles.

Formatos:

- café *latte* sin leche;
- mocha *protein*;
- cappuccino *protein*;
- chai *latte*;
- *matcha protein*.

## 9.5 Electrolitos y funcionalidad deportiva

**Innova** destaca crecimiento de bebidas con *claims* de hidratación, y **Glanbia** identifica electrolitos y aminoácidos como ingredientes de apoyo en bebidas funcionales deportivas.

Podría desarrollarse una línea más ligera:

- proteína de clara hidrolizada;
- electrolitos;
- vitamina C;
- fruta cítrica;
- bajo azúcar;
- formato *post-workout*.

Sabores:

- limón-lima;
- naranja-mango;
- *berry lemonade*;
- piña-coco;
- pomelo-*cucumber*.

## 10. Estrategia de *portfolio* para gran distribución

### Fase 1: Lanzamiento seguro

Cuatro referencias:

1. *Chocolate Intense Protein*
2. *Vanilla Cream Protein*
3. *Strawberry Yogurt-Style Protein*
4. *Coffee Latte Protein*

Son sabores con máxima comprensión y rotación.

### Fase 2: Diferenciación saludable

1. *Mango Passion Fruit*
2. *Red Berries*
3. *Lemon Cheesecake*
4. *Peach Apricot*

### **Fase 3: Premium indulgent**

1. *Pistachio Cream*
2. *Salted Caramel*
3. *Chocolate Brownie*
4. *Hazelnut Cocoa*

### **Fase 4: Funcional avanzada**

1. *Protein + Electrolytes Lemon Lime*
2. *Protein + Vitamin C Berry*
3. *Protein + Fiber Vanilla Cereal*
4. *Protein + Iron/Vitamin C Red Fruits*. A establecer si es regulatoriamente viable y técnicamente estable.

## **11. Reglas técnicas de formulación por familia**

### **Chocolate**

- Base proteica más tolerante.
- Permite mayor carga de cacao.
- Cuidado con astringencia.
- Añadir vainilla y sal en micro-dosis.
- Posible fibra para cuerpo.

### **Vainilla**

- Es la prueba de fuego.
- Si vainilla funciona, la base está limpia.
- Requiere neutralidad sensorial excelente.
- Usar perfil crema-*bourbon-biscuit*, no vainillina plana.

### **Frutas**

- Requieren control de pH.
- Mejor fruta ácida + nota cremosa.
- Cuidado con precipitación proteica.
- Usar pectina si se funciona a un pH bajo.

### **Café**

- Muy eficaz para adultos.
- Cubre notas proteicas.
- Puede ser sin cafeína para diferenciar.
- Mocha suele ser más seguro que café puro.

### **Caramelo/bakery**

- Excelente en postres.
- Necesita control de dulzor.
- Sal ayuda a reducir amargor.
- Riesgo de perfil demasiado calórico si se usan azúcares altos.

## 12. Criterios de validación sensorial antes de escalar

Cada referencia debería superar estos criterios:

Parámetro	Objetivo
Nota a huevo	<2/10
Nota sulfurada	<2/10
Amargor	<3/10
Persistencia proteica	<3/10
Creosidad	>6/10
Naturalidad de sabor	>7/10
Intención de compra	>65 %
Preferencia vs proteína vegetal	>60 %
Preferencia vs <i>whey</i> RTD	objetivo >50 %

El panel debe incluir consumidores reales de yogures proteicos, *whey RTD*, bebidas vegetales y postres refrigerados.

## 13. Criterios de estabilidad por aplicación

### Bebidas UHT

- no coagulación;
- no sedimentación visible;
- viscosidad estable;
- aroma estable tras tratamiento térmico;
- ausencia de notas sulfuradas post-UHT;
- estabilidad mínima 3–6 meses según formato.

### Refrigerados

- vida útil 30–60 días;
- control microbiológico;
- estabilidad de pH;
- ausencia de sinéresis;
- persistencia aromática controlada.

### Helados

- control de cristalización;
- textura cremosa;
- over-run estable;
- no arenosidad proteica;
- sabor estable tras congelación.

### Postres

- textura cuchara limpia;
- sin gelificación gomosa;
- sin sinéresis;

- sabor persistente agradable.

#### **14. Posicionamiento comercial recomendado**

No debe comunicarse como “sustituto de leche”. Debe comunicarse como una nueva categoría.

Propuesta matriz de comunicación:

**“Proteína de clara de huevo hidrolizada. Alta calidad biológica. Sin leche. Sin lactosa. Sin caseína. Sin grasa. Sabor limpio. Textura tipo láctea.”**

Para gran distribución:

**“Todo el placer de una bebida cremosa, con proteína de alta calidad y sin componentes lácteos.”**

Para deporte:

**“17 g de proteína de clara hidrolizada, sin lactosa, sin caseína y sin grasa.”**

Para postres:

**“Postres proteicos estilo lácteo, sin leche y con proteína de clara de alto valor biológico.”**

Para helados:

**“Helado proteico ligero, cremoso y sin lactosa, elaborado con proteína de clara hidrolizada.”**

#### **15. Recomendación final de *portfolio* ganador**

Analizadas las variables de mercado, nuestra propuesta de mayor probabilidad de éxito en gran distribución sería:

##### **Bebidas RTD**

1. Chocolate Intense
2. Vanilla Cream
3. Strawberry Yogurt-Style
4. Coffee Latte

##### **Yogur bebible / smoothie**

1. Mango Passion Fruit
2. Red Berries
3. Lemon Cheesecake
4. Peach Apricot

## Postres refrigerados

1. Chocolate Pudding
2. Vanilla Custard
3. Salted Caramel
4. Pistachio Cream

## Helados

1. Chocolate Brownie
2. Vanilla Cookie
3. Pistachio
4. Strawberry Cheesecake

Estos sabores combinan seguridad comercial, capacidad de cubrir posibles notas residuales, adaptación a gran distribución y posibilidad de segmentar por público.

## 16. Conclusión

La incorporación de aromas y sabores en esta tecnología no debe verse como una fase cosmética, sino como una parte esencial de la ingeniería del producto final. La clara de huevo hidrolizada post-tratada ofrece una matriz nutricional excepcional, pero su éxito comercial dependerá de convertir esa matriz en experiencias sensoriales familiares, placenteras y repetibles.

El enfoque técnicamente más sólido es construir una plataforma completa de bebidas, yogures bebibles, postres y helados, utilizando familias de sabores que respondan a cuatro lógicas: familiaridad, *wellness*, indulgencia y funcionalidad. Chocolate, vainilla, fresa y café deben ser la base inicial; mango-maracuyá, frutos rojos y limón *cheesecake* deben aportar frescor; pistacho, caramelo salado y brownie deben construir la base para el ascenso de categoría *hacia "premium" o "ultra-premium"*; y versiones con electrolitos, fibra o vitamina C pueden abrir líneas funcionales avanzadas.

La tesis comercial es, en nuestra opinión, clara:

**La tecnología de clara hidrolizada post-tratada no solo permite crear una proteína líquida de alto valor biológico; permite construir una nueva generación de productos terminados de alta rotación, con textura tipo láctea, sabores premium, ausencia de lactosa y caseína, y una propuesta nutricional diferencial frente a leche, *whey*, bebidas vegetales y postres convencionales.**