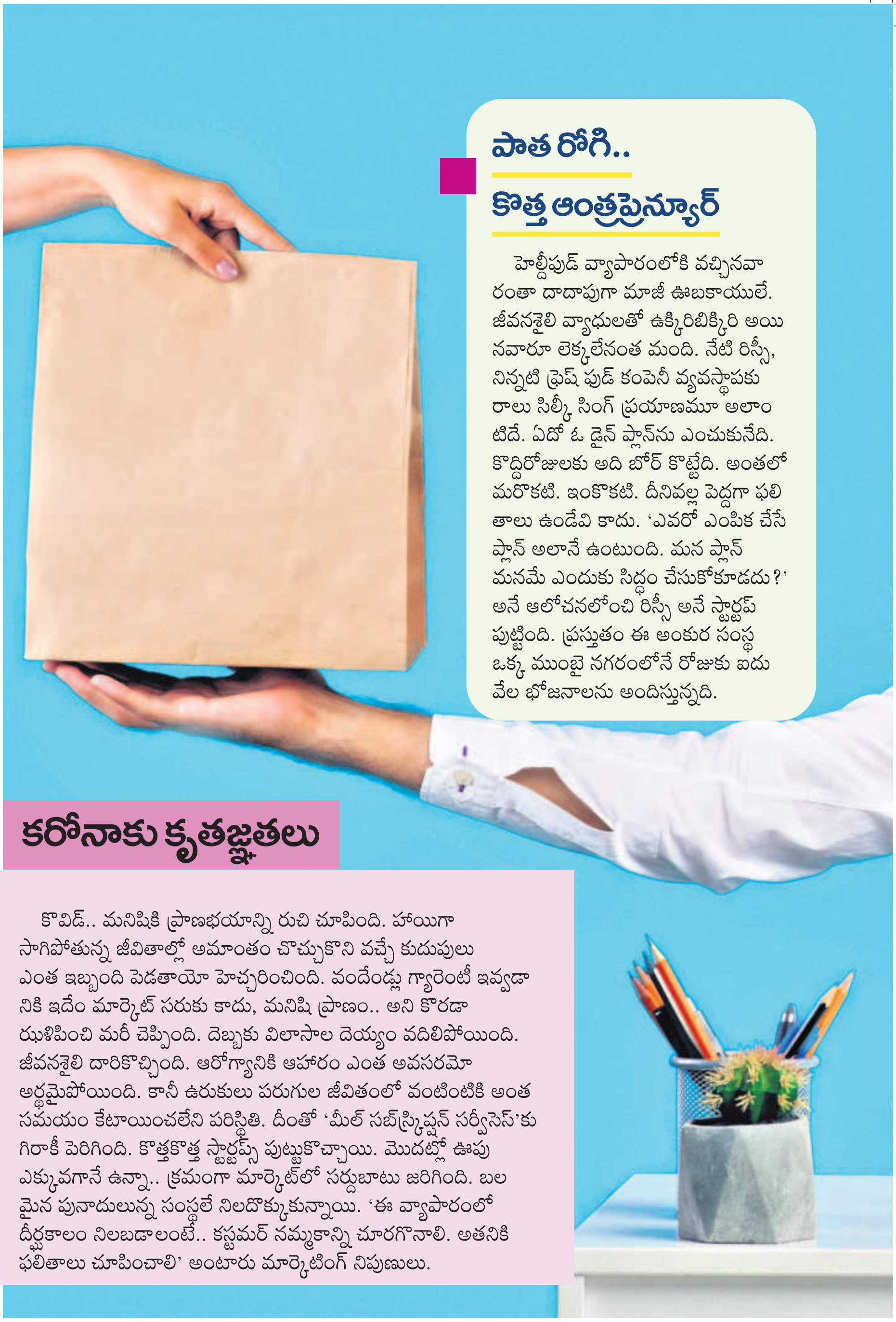
డాల్సిన పన్లేదు. ప్రతి ప్యాక్ మీదా క్యాలరీలు, ప్రొటీన్లు, కార్బోహైడ్రేట్లు, కొవ్వు మోతాదు కూడా ఇస్తారు. అవన్నీ మన అవసరాలకు సరిపడా మాత్రమే ఉంటాయి. శాకాహారం (వెజ్), మాంసాహారం (నాన్ వెజ్), అండాహారం (ఎగ్‌టేరియన్), కీటో డైట్, వీగన్, బ్యాలెన్స్‌డ్.. మన ఆరోగ్య లక్ష్యాన్ని బట్టి డైట్ ప్లాన్ ఎంచుకోవచ్చు. నాకు బెండకాయ వద్దు, మష్రూమ్ పడదు, క్యారెట్ అంటే ఇష్టం.. మన ఇష్టాయిష్టాలు నిర్మొహమాటంగా చెప్పొచ్చు. డైటింగ్‌లో ఉండటం అంటే పొట్ట మాడ్చుకోవడమే అనే అపోహను తొలగిస్తున్నాయి ఈ స్టార్టప్స్. నాణ్యమైన దినుసులతో, ఆరోగ్యకరమైన పద్ధతిలో పోషకాల్ని అందించే ప్రయత్నం చేస్తున్నారు. గ్రిల్డ్ సాల్మన్ విత్ క్రీమీ పెస్టో, షెపర్డ్స్ పై, గ్రీన్ టొమాటో చిల్లీ సూప్, రాస్‌బెర్రీ కోకో స్మూతీ, అవకాడో సూప్.. ఇలా నచ్చిన మెనూ ఎంచుకోవచ్చు. గ్రిల్డ్ చికెన్ సహా నాన్‌వెజ్ రుచులకూ కొదవలేదు.

ఎంతవరకు ఉపయోగం?

బరువు తగ్గడం, థైరాయిడ్, బరువు పెరగడం, కొలెస్ట్రాల్.. ఇలా రకరకాల సమస్యలకు, రకరకాల ఫార్ములాలతో ఫుడ్ బాక్స్ అందిస్తున్నాయి ఫుడ్ సబ్‌స్క్రిప్షన్ సంస్థలు. ఈ ప్రచారం ఎంతవరకు నిజం? ఆహారంతో అనారోగ్యాల్ని జయించవచ్చా? అనే ప్రశ్నకు న్యూట్రిషనిస్టుల నుంచి సానుకూలమైన సమాధానమే వస్తున్నది. ‘ఏ జీవనశైలి సమస్యకైనా ఆహారమే మూలం. జంక్ ఫుడ్ నుంచి పోషకాహారానికి మారడం మంచి పరిణామమే. కాకపోతే, తినే తిండి ఒక్కటే మన ఆరోగ్యాన్ని పూర్తిగా ప్రభావితం చేయలేదు. రోజూ వ్యాయామం చేయాలి. వైద్యుల సలహా ప్రకారం మందులు వాడాలి. మద్యం, ధూమపానం తదితర దురలవాట్లను తొలగించుకోవాలి. అప్పుడే సంపూర్ణ ఫలితాలు. మిగతా విషయాల్లో పక్కాగా ఉంటున్నాం.. తిండి విషయంలోనే మాకు ఇబ్బంది.. అని ఫిర్యాదు చేసేవారికి ఇది అత్యుత్తమ పరిష్కారం’ అని సూచిస్తారు పోషకాహార నిపుణురాలు అపర్ణ కులకర్ణి. ఫుడ్ సబ్‌స్క్రిప్షన్ మోడల్‌లోనూ ఉప విభాగాలు పుట్టుకొస్తున్నాయి. కేవలం బ్రేక్‌ఫాస్ట్ మాత్రమే కావాలనుకునేవారికి ‘సెండ్ మై టిఫిన్స్’ తరహా స్టార్టప్స్ సాయపడుతున్నాయి. రాగి దోసె, రాగి ఇడ్లి, కొర్రల ఉప్మా వగైరా పదార్థాలు అందిస్తున్నాయి. ఆరోగ్యకరమైన సూప్స్ కోరుకునేవారికి ‘సూప్‌ఎక్స్’ ఉండనే ఉంది. రుచికరమైన సలాడ్స్ ప్రియులు ‘సలాడ్‌కింగ్’ను ఎంచుకోవచ్చు. కొన్నయితే ఏకంగా ఫ్యామిలీ ప్యాక్ కూడా అందిస్తున్నాయి.

ఆరోగ్యకర వ్యాపారం

ఇవే కాదు, భారతీయ ఆరోగ్య ఆహార మార్కెట్‌లో దాదాపు పాతిక ప్రధాన సంస్థలు ఉన్నాయి. అగ్రస్థానం కోసం పోటీ తీవ్రంగానే ఉంటుంది. డిస్కౌంట్ ఆఫర్లు, సెలెబ్రిటీ ఎండార్స్‌మెంట్లు, ఇన్‌ఫ్లుయెన్సర్ల సిఫారసులు అధికంగానే ఉంటాయి. నెలకు ఒకటిన్నర కేజీల నుంచి మూడు కిలోల తగ్గడం ఖాయం.. తరహా హామీలూ వినిపిస్తాయి. ఈ మార్కెట్‌పై దేశీ, విదేశీ పెట్టుబడిదారుల చూపులు ఎప్పుడో పడ్డాయి. దీంతో పెట్టుబడుల ప్రవాహం బాగానే ఉంది. దినదినగండంగా ఉన్న స్టార్టప్స్ ఖాతాలో రాత్రికి రాత్రి వందలకోట్లు జమ అయిన ఉదంతాలూ ఉన్నాయి. ఒకరిద్దరు కౌన్సెలర్లు, ఓ క్లౌడ్ కిచెన్, చిన్నపాటి ఆఫీసుతో వ్యవహారం నడిపించొచ్చు. ఆకట్టుకునే నినాదం, మార్కెటింగ్ మీద పట్టు ఉంటే చాలు. తక్కువ ఖర్చుతో వ్యాపారం ప్రారంభించొచ్చు. తామే ఓ న్యూట్రిషనిస్టో, డాక్టరో అయితే గనుక తిరుగులేదు. సొంతంగా ఓ యాప్ డెవలప్ చేయించుకుంటే సౌలభ్యంగా ఉంటుంది. నేరుగా కస్టమర్ల రారు కాబట్టి, శివార్లలో కిచెన్ పెట్టుకున్నా ఇబ్బంది ఉండదు. దీంతో భారీ భారీ అద్దెలు ఉండవు. పొద్దున్నే.. ముప్పూటలకూ అవసరమైన ఆహారం వెళ్లిపోతుంది కాబట్టి, ఒకరో ఇద్దరో డెలివరీ సిబ్బంది సరిపోతారు. ఆ రోజు డెలివరీ చేయాల్సిన ఆహార పరిమాణం మీద అవగాహన ఉంటుంది కాబట్టి, వృథాకు ఆస్కారమే ఉండదు. ఇక్కడ పెట్టుబడి కంటే, విశ్వసనీయత ప్రధానం. ఫలానా వ్యక్తి, ఫలానా సంస్థ ప్లాన్‌తో నాలుగు కేజీలు తగ్గాడనో, ఐదు కేజీలు తగ్గాడనో.. ఆ నోటా ఈ నోటా జరిగే ప్రచారమే సరిపో



పాత రోగి.. కొత్త ఆంత్రప్రెన్యూర్

హెల్దీఫుడ్ వ్యాపారంలోకి వచ్చినవారంతా దాదాపుగా మాజీ ఊబకాయులే. జీవనశైలి వ్యాధులతో ఉక్కిరిబిక్కిరి అయినవారూ లెక్కలేనంత మంది. నేటి రిస్సీ, నిన్నటి ఫ్రెష్ ఫుడ్ కంపెనీ వ్యవస్థాపకురాలు సిల్కీ సింగ్ ప్రయాణమూ అలాంటిదే. ఏదో ఓ డైట్ ప్లాన్‌ను ఎంచుకునేది. కొద్దిరోజులకు అది బోర్ కొట్టేది. అంతలో మరొకటి. ఇంకొకటి. దీనివల్ల పెద్దగా ఫలితాలు ఉండేవి కాదు. ‘ఎవరో ఎంపిక చేసే ప్లాన్ అలానే ఉంటుంది. మన ప్లాన్ మనమే ఎందుకు సిద్ధం చేసుకోకూడదు?’ అనే ఆలోచనలోంచి రిస్సీ అనే స్టార్టప్ పుట్టింది. ప్రస్తుతం ఈ అంకుర సంస్థ ఒక్క ముంబై నగరంలోనే రోజుకు ఐదు వేల భోజనాలను అందిస్తున్నది.

కరోనాకు కృతజ్ఞతలు

కొవిడ్.. మనిషికి ప్రాణభయాన్ని రుచి చూపింది. హాయిగా సాగిపోతున్న జీవితాల్లో అమాంతం చొచ్చుకొని వచ్చే కుదుపులు ఎంత ఇబ్బంది పెడతాయో హెచ్చరించింది. వందేండ్ల గ్యారెంటీ ఇవ్వడానికి ఇదేం మార్కెట్ సరుకు కాదు, మనిషి ప్రాణం.. అని కొరడా ఝుళిపించి మరీ చెప్పింది. దెబ్బకు విలాసాల దెయ్యం వదిలిపోయింది. జీవనశైలి దారికొచ్చింది. ఆరోగ్యానికి ఆహారం ఎంత అవసరమో అర్థమైపోయింది. కానీ ఉరుకులు పరుగుల జీవితంలో వంటింటికి అంత సమయం కేటాయించలేని పరిస్థితి. దీంతో ‘మీల్ సబ్‌స్క్రిప్షన్ సర్వీసెస్’కు గిరాకీ పెరిగింది. కొత్తకొత్త స్టార్టప్స్ పుట్టుకొచ్చాయి. మొదట్లో ఊపు ఎక్కువగానే ఉన్నా.. క్రమంగా మార్కెట్‌లో సర్దుబాటు జరిగింది. బలమైన పునాదులున్న సంస్థలే నిలదొక్కుకున్నాయి. ‘ఈ వ్యాపారంలో దీర్ఘకాలం నిలబడాలంటే.. కస్టమర్ నమ్మకాన్ని చూరగొనాలి. అతనికి ఫలితాలు చూపించాలి’ అంటారు మార్కెటింగ్ నిపుణులు.