

MÓDULO 1: LA ALIMENTACIÓN DEL SIGLO XXI

- 1.1 Cómo ha evolucionado la manera de alimentarse de la población española
- 1.2 Factores influyentes en el consumo de alimentos
- 1.3 Tendencias de consumo
- 1.4 Tipos de alimentos: Alimentos funcionales, enriquecidos/fortificados, ecológicos, dietéticos, alimentos "SIN", "light", novel foods, superalimentos
- 1.5 Cómo comemos, hábitos de la población española

1.1 CÓMO HA EVOLUCIONADO LA MANERA DE ALIMENTARSE DE LA POBLACIÓN ESPAÑOLA

La alimentación es una necesidad fisiológica con una importante dimensión social y cultural.

Los hábitos alimentarios han sido tradicionalmente uno de los factores más estables de toda la herencia sociocultural del hombre. Sin embargo, en la actualidad estamos viviendo una época de importantes cambios motivados, entre otros, por los nuevos estilos y condiciones de vida, el avance de la tecnología y de los sistemas de distribución, la aparición de nuevos alimentos, nuevas formas de preparación y procesamiento. Como consecuencia de esta situación la manera de relacionarnos con la comida, y así de alimentarnos, ha cambiado.

La alimentación del siglo XXI y su alejamiento de la dieta saludable tradicional

¿Cómo era nuestra alimentación?

1. En casa, sentado, tranquilo
2. Más alimentos frescos
3. Mayor consumo de vegetales
4. Consumo de más variedad
5. La mujer no trabajaba
6. No sedentarismo
7. Vida más activa
8. Vida más tranquila
9. Sistemas de conservación

¿Cómo es nuestra alimentación?

1. Deprisa, fuera de casa
2. Más alimentos procesados
3. Disminuye consumo vegetales
4. "Alimentos de diseño"
5. Ambos trabajan
6. Sedentarismo
7. Vida más estresante
8. Sistemas de conservación
9. Nuevos sistemas de producción y cultivo

De los cambios acontecidos encontramos ciertas mejoras en:

- El acceso a mayor variedad de alimentos y bebidas.
- La existencia de nuevos sabores y texturas de alimentos y bebidas.
- Las técnicas de conservación.
- La distribución de alimentos.
- Los protocolos de higiene y manipulación.
- La practicidad, rapidez y facilidad de compra, consumo, preparación...
- Los nuevos productos industriales.

Las personas presentamos nuestras propias preferencias, rechazos y creencias respecto a los alimentos, y las mostramos en los hábitos alimentarios, pero **los hábitos y las costumbres alimentarias cambian y pueden ser influenciadas** de diferentes maneras.

La manera en que nos alimentamos ha sufrido cambios drásticos y rápidos en los que confluyen muchos elementos, que se han ido modificando a lo largo de todos estos años. Para que esos cambios tuviesen lugar han sido necesarios cambios radicales en la producción, comercialización, transformación y distribución de alimentos, dicho de otra manera, en nuestro sistema alimentario. Estos cambios son los que han permitido poner a nuestra disposición nuevos alimentos y formatos siendo, por lo tanto, los que han hecho posible y han fomentado dicho cambio alimentario.

Los cambios del sistema alimentario son a la vez una respuesta de éste a los cambios sociales, demográficos y económicos que modifican la demanda de alimentos.

A pesar de todo esto, existen otros cambios acontecidos como los extensos horarios laborales, el estrés, la crisis monetaria, la limitación del tiempo disponible...que juntamente con los anteriormente citados han contribuido al cambio de hábitos alimentarios.

De una manera general podemos definir 3 grandes rasgos en este periodo de tiempo que han modificado nuestra manera de alimentarnos:

1- Cambio de hábitos

La mujer deja de estar exclusivamente en el hogar y de encargarse de las rutinas en la alimentación familiar.

La participación de la mujer en el mercado de trabajo español es un hecho que se remonta al último tercio del siglo XX. En 1960 no llegaban ni a dos millones y medio las mujeres españolas que trabajaban fuera del hogar llegando a valores actuales aproximados de 10.662.80 miles.

La mujer en el rol de encargada exclusiva de la dieta familiar se encargaba de planificar el gasto para la alimentación de la familia, seleccionaba, compraba y preparaba los alimentos diariamente y se encargaba de la distribución de estos a los miembros de la familia. Actualmente, dispone de menos tiempo (situación que predispone a una alimentación cada vez menos tradicional y más procesada) y el peso de la alimentación del hogar ya no recae en una sola persona.

2- Tendencias de consumo

Cada vez más la persona busca la **practicidad**. Con el ritmo de vida actual, disponiendo de menos tiempo, la preparación de recetas y platos tradicionales ha disminuido. Los consumidores buscan productos prácticos que les ofrezcan toda la funcionalidad que esperan. Productos fáciles de preparar y con buen sabor y textura son cada vez más buscados ya que cada vez las personas tienen menos tiempo para preparar sus alimentos. Existe una tendencia a consumir más productos procesados en detrimento de los alimentos frescos, si lo comparamos en volumen e compra.

Pero sobre las tendencias actuales de consumo se hablará más detenidamente en el apartado 1.3 de este módulo.

3- Nuevos productos

La industria alimentaria se recicla y evoluciona constantemente y debe adaptarse a las necesidades de un consumidor cada vez más exigente.

Actualmente disponemos en el mercado de un gran surtido de nuevos productos que pretenden adaptarse a nuestras exigencias y ritmo de vida y suponen un gran progreso en ofrecernos "algo más", un añadido, a diferentes niveles ya sean por ejemplo a nivel nutricional, de conservación del producto, de despertarnos sensaciones agradables en su consumo, de practicidad...

En este sentido encontramos una evolución en:

- Métodos conservación
- Alimentos funcionales
- Alimentos probióticos y prebióticos
- Alimentos tipo "fast food"
- Ingeniería de alimentación → más procesos, elaboración a partir de ingredientes y aditivos. En lugar de alimentos "*per se*", se crean alimentos "a medida".
 - Por ejemplo, leche semidesnatada con omega 3 (donde se extrae la parte grasa y se le vuelve a añadir parcialmente, en lugar de la grasa propia, se le añaden aceites de pescado) enriquecida con calcio, hierro y flúor...

1.2 FACTORES INFLUYENTES EN EL CONSUMO DE ALIMENTOS

El principal factor impulsor de la alimentación es el hambre pero, en las sociedades desarrolladas como la nuestra, el hambre no es un factor determinante de la ingestión de alimentos. Es decir, lo que decidimos comer no está determinado únicamente por las necesidades fisiológicas o nutricionales.

Entre los factores que dependen la elección de los alimentos y bebidas encontramos:

1.- Factores propios del individuo, también llamados factores fisiológicos:

- Edad
- Género
- Estado psíquico
- Alergias o intolerancias alimentaria
- Patologías
- Herencia genética
- El apetito-saciedad
- Las características organolépticas del propio alimento...

2.- Economía:

- Nivel económico
- Coste de los alimentos
- Nivel social
- Nivel cultural...

3.- Relaciones sociológicas:

- Celebraciones
- Amigos
- Familia...

4.- Publicidad:

- Prensa
- Radio
- Televisión
- Tendencias de consumo
- Evolución de la publicidad...

5.- Disponibilidad

- País
- Su situación geográfica
- Situación política...

6.- Cultura gastronómica:

- Tradición alimentaria
- Hábitos familiares...

7.- Aparición de nuevos alimentos: enriquecidos, funcionales, reestructurados,...

1.3 TENDENCIAS DE CONSUMO

Los **hábitos saludables** y los **nuevos estilos de vida** influyen en los nuevos desarrollos de alimentos y bebidas para satisfacer las demandas de las personas.

En la sociedad del bienestar la gente es cada vez más consciente de que uno de los factores más importantes que pueden influir en su estado de salud es la dieta.

En los últimos años los hogares españoles han acrecentado la búsqueda de salud en su alimentación, pero sin prescindir de otros factores como la practicidad o el ocio que genera su ingestión (placer/sabor), que siguen siendo una de las principales motivaciones de consumo de alimentos dentro del hogar.

Cada vez más los consumidores suben su nivel de exigencia, la diversidad de oferta crece y todas las previsiones apuntan a que, durante los próximos años, este contexto se agudizará.

Estamos en una sociedad en constante cambio que afecta a las necesidades del consumidor y fomenta la aparición de nuevas tendencias. Esta situación la conoce bien la industria alimentaria, que en España representa un papel fundamental en el conjunto de los sectores económicos al constituirse como el primer sector industrial del país contando con un total de 28.343 compañías relacionadas con la alimentación y bebidas (según Datos de la industria de alimentos y bebidas publicados por Food Drink Europe National Federations (2014))

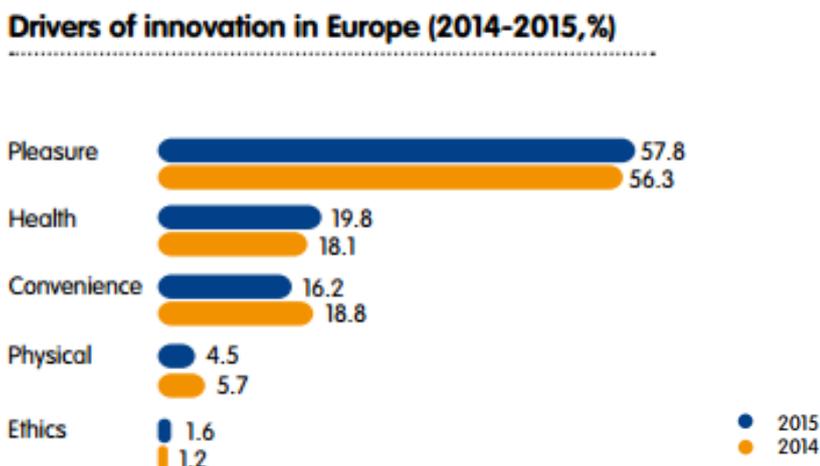
El peso de la **industria agroalimentaria** es un **motor** muy **importante** y a nivel europeo podemos ver en cifras su importancia en el siguiente gráfico:



Fuente: Informe Food and Drinks EU 2016

Las personas marcan, con sus exigencias, la tendencia que arrastra al resto de la cadena alimentaria (industrias, mayoristas, distribución) en la modificación y creación de nuevos alimentos para atender a las necesidades de cada grupo de población. Existe una combinación de tendencias consolidadas y nuevos movimientos que suponen un desafío a los hábitos tradicionales de compra.

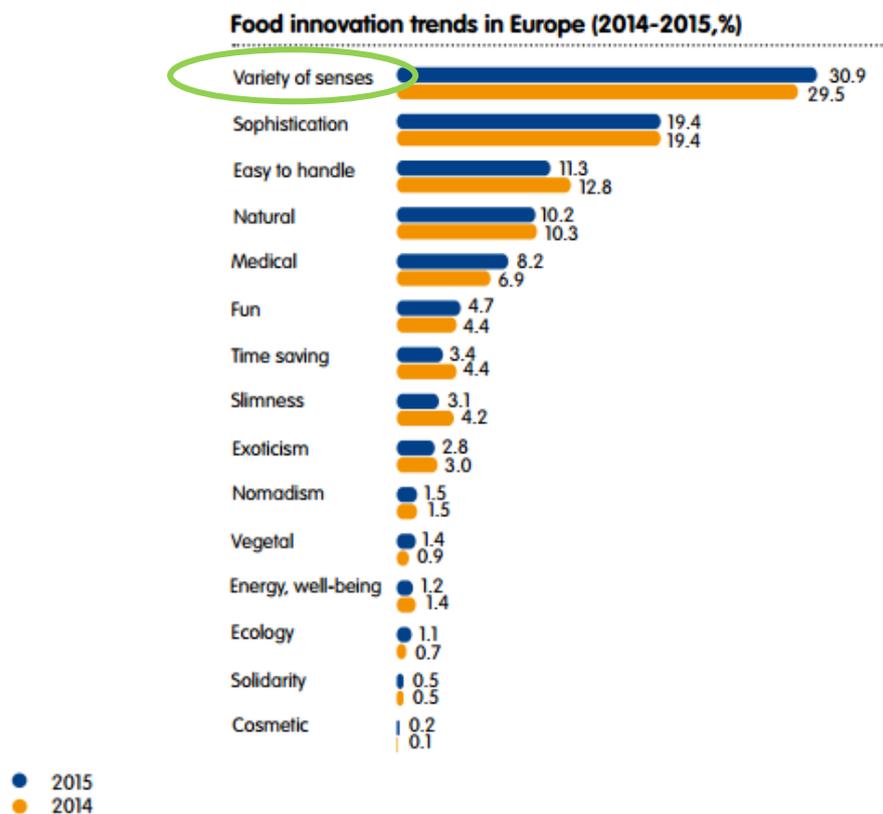
Según el informe *Data & Trends Eu Food and Drink Industry 2016* los principales motores de la innovación en productos alimentarios en Europa son:



Fuente: Informe Food and Drinks EU 2016

Tal y como se ha hecho referencia anteriormente y observamos en el cuadro anterior, las personas, aún teniendo presente la importancia de la salud en la compra de alimentos no quieren renunciar al placer que estos les aportan.

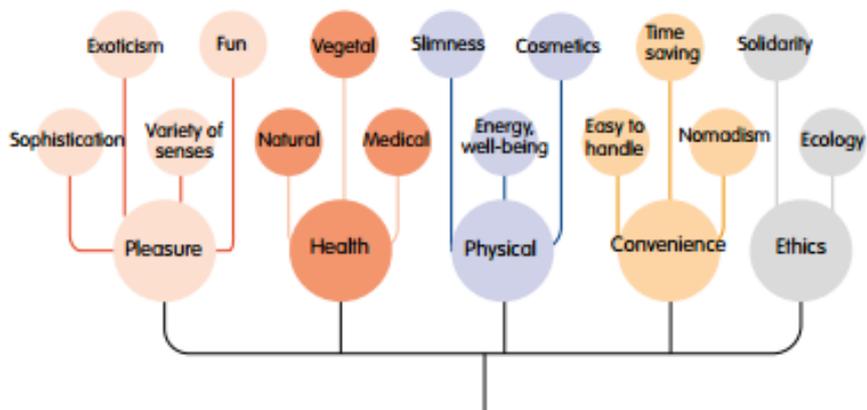
Las principales tendencias de la innovación alimentaria en Europa son:



Fuente: Informe Food and Drinks EU 2016

Si agrupamos estas tendencias por grupos (placer, salud, físicos, comodidad, éticos) observamos:

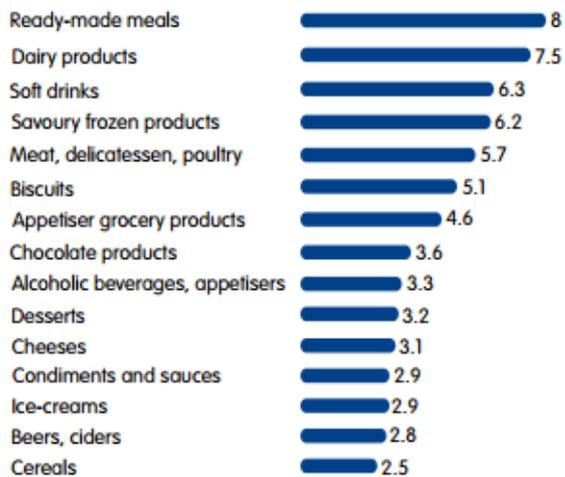
Food innovation trends in Europe



Fuente: Informe Food and Drinks EU 2016

Los 15 sectores alimentarios más innovadores de Europa:

The 15 most innovative food sectors in Europe (2015, % of total European food innovation)



Fuente: Informe Food and Drinks 2013-2014

Según la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados, que agrupa casi el 70% de la distribución alimentaria, indica que como **tendencias actuales de consumo los españoles:**

- **El consumo de alimentos sigue centrado en el supermercado** con el 37,7% del gasto de alimentación en el hogar.
- **La demografía.** En este sentido observamos dos grandes tendencias, por un lado el envejecimiento de la población y el crecimiento de los *singles*. Ambos grupos tienen sus propias necesidades en cuanto a productos específicos y formatos. El consumo de alimentos en la población mayor (senior) es mucho más racional y responsable; es decir prescinden de las compras compulsivas y renuncian a lo superfluo e innecesario.
- La búsqueda de **productos saludables.**

El deseo de mantenerse en forma y saludable parece ser casi universal. El consumidor, que cada vez es más consciente de la influencia de la alimentación en su estado físico, muestra una clara preferencia por los productos alimentarios mejorados y funcionales por ello el consumo de este tipo de alimentos con propiedades saludables se ha visto aumentado en los últimos tiempos y es una tendencia al alza.

El aumento de los **productos dietéticos, enriquecidos, concentrados de nutrientes, etc.** en los hogares, no se ha realizado como sustituto de alguna de las comidas sino para ofrecer un añadido al conjunto de la alimentación de la persona.

Pero, a pesar de estar preocupados por la salud, esta variable saludable no está reñida con el placer. Muy al contrario, el consumidor quiere disfrutar de los alimentos sin sentirse culpable por ello, de ahí la evolución que se está percibiendo en los postres con versiones 0% materia grasa y sin azúcares añadidos o los snacks o aperitivos saludables, elaborados con verduras y hortalizas por ejemplo.

Según la consultora *Innova Market Insights* los productos que reivindican el calificativo "orgánico" o "ecológico" han aumentado más de tres puntos porcentuales entre 2013 y 2015.

Según un estudio desarrollado por *Mintel* (consultora de inteligencia de mercado), algunas tendencias en lo referente a alimentos con declaraciones de propiedades saludables son:

- Alimentos saludables para la disminución del colesterol. Cada vez son más el aumento de los productos alimenticios que encontramos con declaraciones saludables para el control y disminución del colesterol y más concretamente, relacionados con la salud cardiovascular.
- Alimentos con fibra dietética para la salud digestiva.
- Alimentos funcionales con diversas propiedades beneficiosas para el organismo. La presencia de alimentos funcionales sigue aumentando, alimentos destinados a la salud cardiovasculares, de metabolismo, salud cognitiva, salud ósea, digestivos o incluir alimentos relacionados con la belleza.
- Alimentos saludables que aumentan el estado de alerta, concentración o la resistencia. Alimentos con potencial de la cafeína: la cafeína aumenta el estado de alerta, concentración o la resistencia.
- La búsqueda de la **calidad y del sabor**.
- Potenciación de la compra de **alimentos con ingredientes y productos más naturales**, con menos salsas y con pocos condimento. La preferencia por los productos locales y orgánicos está tomando la delantera. Nos mostramos preocupados por seguridad de los alimentos, la utilización de plaguicidas y la los alimentos modificados genéticamente.
- **Encontrar un packaging** sostenible. Cada vez la población es más consciente de la repercusión medioambiental y presenta mayor concienciación, así el consumidor exige un packaging reducido y reciclable.

- **Productos fáciles de cocinar, preparar y consumir.** El tiempo en el que se tarda en recibir, preparar y consumir un producto, supone una razón de peso en la toma de decisiones de compra.

Según *Mintel*, los productos "On-the-Go", que podemos definir como una forma de alimentarse sobre la marcha: aquí y ahora, han aumentado en el último año en un 54%. Estos productos van dirigidos a un nuevo nicho de mercado que actualmente se encuentra en crecimiento. Según el informe de abril de 2014 del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, la penetración del concepto "on the go" (pastelería, bollería, galletas y cereales) representa el 36,7% de la industria alimentaria.

Es un tipo de alimentación que nos permite comer en cualquier lugar y momento con productos concebidos para ser consumidos sin tener mucho tiempo y de fácil manejo. Aunque mucha es la oferta de este tipo de productos y muy diferente su calidad nutricional, cada vez más esta tendencia implica que los consumidores buscan maneras más rápidas de consumir alimentos frescos y nutritivos. En ellos, la calidad, tanto en la elaboración, como en el aporte nutricional, es un valor fundamental.

- Por ejemplo, batidos vegetales, sticks de apio con humus, chis de kale y limón...se alzan como sustitutos a las patatas chips clásicas.

Según *Mintel*, por ejemplo, el consumo de snacks ha aumentado en las horas nocturnas, a estas horas del día, la innovación de productos alimenticios se enfoca en ayudar al estresado consumidor actual a relajarse y recargar pilas. Pero también a mantener una sensación de saciedad durante toda la noche o alimentos funcionales con propiedades cosméticas que actúan durante varias horas.

Hoy en día, disponemos de poco tiempo para cocinar, y del que se dispone son muchas las personas que deciden dedicar su tiempo a otras actividades diferentes a la cocina o la compra. Este hecho hace, por lo tanto, que nos inclinemos por la rapidez en el consumo con productos preparados como pueden ser el caso de las sopas, cremas..., alimentos de 4ª gama como las hortalizas y frutas frescas limpias, troceadas y envasadas para su consumo y alimentos de 5ª gama, es decir, alimentos ya procesados y preparados para el consumo inmediato.

En este sentido cada vez existe más la tendencia al plato único y a comidas menos estructuradas. Existe por ejemplo, un reclamos cada vez más de comidas con envases aptos para el consumo en bandejas frente al televisor y mayor consumo de comidas a preparadas para tomar en los domicilios

- Tendencia a **compras** de alimentos cada vez más **espaciadas** en el **tiempo** y con un incremento de productos congelados.
- Aumento del consumo de **alimentos “libres de”**.

Aunque muchos consumidores no necesitan que los alimentos sean libres de gluten o lactosa, por ejemplo, lo exigen de todas formas, por la creencia que tienen de que estos productos son “per se” más saludables.

Estos productos aparecieron como una necesidad por el creciente número de personas intolerantes y alérgicas, pero en la actualidad el incremento de la demanda por las versiones “sin” de los productos responde a una “moda”.

Las soluciones sin gluten, sin lactosa, sin huevo o sin soja están cada vez más extendidas.

- Identificación de **nuevas fuentes de proteínas**, como las algas, las proteínas de guisante o las de soja entre otras. Estas fuentes de proteínas, que en un principio aparecieron como fuentes alternativas, poco a poco van alcanzando la aceptación de productos de uso cotidiano.
- Productos **vegetarianos, veganos y flexiterianos**.

La dieta vegetariana y vegana cada vez cobra mayor presencia en nuestra sociedad. En este sentido encontramos cada vez más productos como, el tofu, embutidos vegetales, bebidas vegetales....adaptadas a las necesidades de este grupo de población. Los lineales de las cadenas de supermercados cada vez amplían su oferta y el encontrar productos destinados a esta manera de alimentarse cada vez resulta más fácil de encontrar y con un precio más competitivo.

La tendencia flexiteriana se traduce en personas **han reducido su consumo de alimentos de origen animal**, debido a preocupaciones sobre el bienestar, la salud, la sostenibilidad e incluso el bien de los animales, pero que no la han

suprimido de su ingesta de manera total. Podríamos decir que es una tendencia flexible de la dieta vegetariana, es decir, puede ocurrir que la alimentación de la persona en su hogar sea vegetariana pero cuando sale a comer fuera por ejemplo, puede tomar alimentos de procedencia animal.

Así, esta manera de alimentarse está teniendo un gran impacto en la actividad de nuevos productos. Esto incluye el desarrollo tecnológico y la promoción de productos de mejor sabor que recuerdan más a la carne, así como el uso de fuentes alternativas de proteínas y procesos más amigables con los animales.

- Buscamos **el punto diferente**.

El consumo de alimentos en masa deja de ser atractivo y buscamos diferenciarnos de los demás. Actualmente, los productos en serie se consideran lo más tosco y barato. Los productos artesanales son exclusivos. Existe un reemplazo de la cantidad por la calidad.

Los casos, por ejemplo de refrescos de cola o crema de cacao que han personalizando sus productos a través del packaging han tenido muy buena aceptación entre los consumidores.

- **Conexión y la información** de los alimentos y la cadena de distribución.

En otras palabras, el consumidor quiere saber más sobre los productos que consume. Estamos cada vez más hiperconectados e informados por lo que cuando el consumidor llega al supermercado acude con toda la información necesaria para realizar su compra y tiene a su disposición una gran cantidad de formatos y surtidos diferentes.

- **La tendencia al e-commerce:**

El consumidor demanda varios puntos de contacto con el producto, que pueden ser tanto físicos como digitales. Pero el comercio electrónico en alimentación está experimentando en los últimos años un crecimiento considerable, consolidándose poco a poco los supermercados online dentro del *ecommerce* como **tendencia** en la distribución de alimentos.

- Consumo de los llamados **superalimentos**.

Cada vez son más los alimentos que pasan a formar parte de la lista de los llamados *superfoods* o superalimentos, aunque algunos de ellos sin una base científica que los respalde, y es que a veces, se otorga a ciertos alimentos poderes curativos, adelgazantes, antibacterianos, antioxidantes o anticancerígenos, debido a su composición.

Según datos de la consultora *Mintel* en su informe GNPD (*Global New Products Database*), el número de productos lanzados al mercado con los términos superfood, superfuit o supergrain se incrementó en un 202% entre los años 2011 y 2015.

Según el citado informe *Mintel*, los principales motivos por los que los consumidores optan por añadir los superalimentos a sus dietas son:

I. Salud y bienestar.

Para el 59% de los consumidores encuestados esta es la razón principal para adoptar nuevos alimentos con propiedades saludables. Por su parte, un tercio de los consumidores europeos de Francia, Alemania Italia y España están dispuestas a cambiar sus estilos de vida para que éstos sean más sanos, lo que incluye productos naturales.

II. El interés por nuevos sabores.

La incorporación de nuevos alimentos a la cesta de la compra responde no solamente a un estilo de vida que apremia sino también a un nuevo enfoque social y cultural de la alimentación. Es un proceso de cambio lento pero irreversible.

En este sentido, el interés por los nuevos sabores hace aún más atractivos para el consumidor a los superalimentos, que en muchos casos provienen de otras culturas.

- Ejemplos de superalimentos: bayas goji, chlorella, semillas de chía, el baobab, el kéfir...

Por otro lado en relación a las tendencias de los futuros alimentos, el estudio "**Las tendencias del consumo y del consumidor en el siglo XXI**" del INC (Instituto Nacional de Consumo) resalta que los próximos alimentos deben presentar las siguientes características:

1) Alimentos Polisensuales:

Los alimentos deberán, venderse en presentaciones que permitan tocarlos, olerlos y en ocasiones incluso probarlos, en línea con la necesidad de que los productos del futuro sean capaces de demostrar su superioridad sobre productos competitivos.

2) Alimentos Fraccionables:

En atención al menor tamaño de los hogares o la desestructuración de las comidas (con platos diferentes para miembros distintos del hogar) y la tendencia a comer en movimiento, las comidas deberán ser más fraccionables.

3) Alimentos Funcionales:

Si la gente asume que los alimentos sanos son una fuente de salud, asumirán también fácilmente que las empresas refuercen la funcionalidad de los alimentos con minerales, vitaminas y otros conceptos nutricionales.

4) Alimentos Verdes:

Se mantendrá la tendencia a lo orgánico y ecológico. Es previsible que aumenten los canales dedicados a este tipo de producto, e incluso las secciones dedicadas a ellos dentro de los canales más habituales.

5) Alimentos Portátiles:

Con una parte de la población pluriempleada, que trabaja desde casa o está permanentemente en movimiento, los productos deberán aumentar su portabilidad, para asegurar que sus usuarios puedan consumirlos cómodamente.

6) Alimentos Inteligentes:

Tipo de alimento que se manifiesta de dos maneras. En primer lugar, más que ingredientes serán soluciones, destinadas a resolver los compromisos de los consumidores que quieran llevar una dieta sana y a la vez tienen que hacerlo en menos tiempo. Por otra parte serán más inteligentes en atención a su naturaleza funcional.

1.4 TIPOS DE ALIMENTOS: ALIMENTOS FUNCIONALES, ALIMENTOS ECOLÓGICOS, ALIMENTOS “SIN”

Según el Libro blanco de la nutrición en España, nuestras abuelas contaban con algo menos de un centenar de alimentos para preparar sus menús diarios, mientras que actualmente los consumidores nos enfrentamos a más de 30.000 productos distintos.

ALIMENTOS FUNCIONALES

El concepto de alimento funcional apareció por primera vez en Japón para reducir el elevado coste sanitario debido al envejecimiento de la población.

El posterior desarrollo de los alimentos funcionales en Europa viene avalado por numerosos estudios científicos llevados a cabo tanto por la industria alimentaria como por centros específicos.

Los alimentos funcionales surgen en los países desarrollados como consecuencia, en primer lugar, del cambio social que se ha producido y, en segundo, por un conocimiento más profundo de los efectos fisiológicos de determinados nutrientes y otros componentes de los alimentos.

Las **características** que un alimento debe cumplir para que sea catalogado como alimento funcional son las siguientes:

- Efecto beneficioso sobre la salud, ya sea mejorar es estado de salud como disminuir el riesgo de sufrir alguna enfermedad.
- Debe tener una base científica que avale ese beneficio.
- Estar definido su cantidad de consumo diario.
- Si ese alimento se consume en exceso no debe producir ningún efecto nocivo sobre la salud, es decir debe cumplir las características de seguridad.
- No se puede ver disminuido el valor nutritivo del propio alimento.
- Se tiene que tomar como alimento y no en forma de cápsula o perla o en cualquier otro tipo de presentación.

- ✓ Los alimentos funcionales, además de nutrir, aportan componentes que les proporcionan propiedades saludables, sobre todo, porque contribuyen a prevenir diversas patologías, especialmente trastornos cardiovasculares.
- ✓ Siempre tienen características y formas de consumo como los alimentos convencionales.
- ✓ No hay que confundir los alimentos funcionales con preparados dietéticos o productos para una alimentación especial o con medicamentos.

Podríamos dividir estos alimentos en dos grupos:

- Aquellos que proceden de la **naturaleza** en su conjunto y no han sido modificados por la industria. Ej.: tomate, crucíferas, espárragos, pescado, cebada, avena, ajo, cebolla, cereales integrales...
- Aquellos alimentos que **han sido enriquecidos** con sustancia que los convierten en funcionales. Ej.: leche con omega-3,

Compuestos funcionales presentes en algunos alimentos:

- **Vegetales;**

Normalmente se añaden deshidratados, dando un mayor aporte en fibra, vitaminas y minerales. Ej.: Pasta con vegetales.

- **Fibra alimentaria;**

Se considera fibra alimentaria el residuo indigerible para el ser humano, de origen vegetal. Las propiedades de la fibra están muy relacionadas con sus características físicas, especialmente la viscosidad.

Diferenciamos:

- **Fibra viscosa o soluble:** incluye gomas como la guar o el garrafin, mucílagos, inulina, pectinas como psillium y hemicelulosas de legumbres, salvado de cebada, hortalizas y frutas.
- **Fibra no viscosa o insoluble:** incluye celulosa, lignina y hemicelulosas de trigo y maíz.

Propiedades:

Las propiedades de la fibra con efectos experimentalmente demostrados sobre las funciones fisiológicas son:

- **Descenso de la colesterolemia:** Una ingesta diaria de fibra soluble ha demostrado una relación con la disminución del colesterol plasmático, especialmente el LDL. La viscosidad que produce reduce la absorción de éste.
- **Modificación de la respuesta glucémica:** La ingesta de fibra soluble favorece la respuesta postprandial de glucemia e insulinemia reduce los picos de glucemia ya que retarda el vaciamiento gástrico.
- **Ayuda en el funcionamiento del intestino grueso:** Las fibras insolubles al no captar tanta agua aceleran el tiempo de tránsito de los alimentos por todo el intestino, regulando así el estreñimiento y previniendo la diverticulitis. También ayuda a reducir el riesgo de cáncer de colon.
- **Efecto prebiótico:** La fermentación anaeróbica de la fibra soluble en el intestino, produce la liberación de ácidos grasos de cadena corta que se absorben por la mucosa y contribuyen al mantenimiento del epitelio del colon con un efecto antitumoral (especialmente el butirato). También hay secreción de bicarbonato y variaciones del pH, y otras modificaciones del medio que provocan una selección de la flora bacteriana. Entre ellos hay la flora bifidogénica, que parece que potencia la respuesta inmunológica desde el intestino.
- **Otros efectos:** Disminución de la disponibilidad de los nutrientes.

- **Inulina (fibra soluble):** Los oligosacáridos contribuyen a la reserva de energía de numerosos vegetales como la alcachofa, chicoria, puerros, miel, plátano, ajo y algunos cereales como el trigo. Por sus características, se comporta como una fibra soluble.

La inulina es la fructana (polímero de fructosa) más común en la naturaleza y la más estudiada, y cuando se hidroliza produce fructooligosacáridos, también activos.

Propiedades:

Se incluyen en numerosos productos para la alimentación humana y animal por su efecto positivo como prebiótico, estimulador de la flora intestinal no patógena.

Además, ésta es incolora e insípida, con lo que evita el rechazo habitual de los productos integrales o enriquecidos con fibra.

El valor calórico de la inulina y la oligofructosa se estima en 1'5 kcal/gr, y tiene un dulzor del 30% respecto al del azúcar. Por eso se usa como edulcorante en productos lácteos y en panificación, con control de dosis.

Otra aplicación es como a sustituto de grasa, ya que la inulina combinada con agua ofrece una textura y sensación en boca similar a la de la grasa.

La adición de inulina o oligofructosa incrementa el contenido de fibra de los alimentos, y por este motivo se suele añadir a razón de 3-6 gr. por ración.

- **Bacterias probióticas específicas:**

Favorecen el funcionamiento del tracto gastrointestinal, reduciendo la incidencia y duración de las diarreas. Mejoran la flora intestinal y el sistema inmunológico.

- **Calcio:**

Además de su función en la formación y mantenimiento de los huesos y dientes, el calcio también interviene en las siguientes funciones:

- Contracción y relajación muscular.
- Transmisión del impulso nervioso.
- Regulación de los latidos cardíacos.
- La coagulación sanguínea...

- **Bromelina:**

Es un conjunto de conjunto de enzimas que disuelven las proteínas (lo cual la hace especialmente indicada como postre después de una comida copiosa) facilitando la digestión, tiene actividad fibrinolítica. Está presente en la piña.

- **Esteroles vegetales:**

Compuestos que se encuentran de forma natural, aunque en bajas concentraciones, en aceites vegetales (girasol, maíz, oliva), legumbres, cereales, frutas, verduras y algunos frutos secos. Poseen una estructura similar a la del colesterol y en las plantas desempeñan un papel parecido al del colesterol en los humanos, es decir, el mantenimiento de la estructura y función de la membrana celular.

Se han identificado más de 40 esteroides vegetales, siendo los más abundantes el betasitosterol, el campesterol y el estigmasterol.

A diferencia del colesterol, los esteroides vegetales no son sintetizados en el organismo humano y se absorben mínimamente en el intestino.

Los esteroides vegetales disminuyen las concentraciones de colesterol plasmático mediante la reducción de la absorción intestinal de colesterol a través de distintos mecanismos de acción.

El resultado final de la combinación de los distintos mecanismos de acción es una menor absorción de colesterol y una mayor excreción de éste. Ante esta situación, el hígado incrementa la síntesis de colesterol para compensar su menor recaptación, pero el efecto neto sigue siendo una disminución de las concentraciones plasmáticas de colesterol total y colesterol LDL.

Los esteroides vegetales pueden disminuir la absorción de vitaminas liposolubles (A, D, E, K), en particular el beta-caroteno y alfa-tocoferol. La repercusión de dicho efecto sobre las concentraciones plasmáticas de dichas vitaminas puede evitarse asegurando una ingesta adecuada de alimentos ricos en dichas vitaminas.

En el caso de pacientes bajo tratamiento farmacológico hipolipemiante, los esteroides vegetales pueden constituir una herramienta adicional en el tratamiento ya que se ha demostrado un efecto adicional en la reducción de las concentraciones plasmáticas del colesterol. Si el paciente consume estos productos puede que haya que revisar su medicación. Así mismo, los productos enriquecidos con esteroides vegetales no son recomendables para niños ni embarazadas.

- **Carotenoides:**

- ✓ α -caroteno y β -caroteno: Neutralización de los radicales libres que pueden causar efectos en los componentes celulares y, por extensión, reducirían el riesgo de padecer diversos cánceres: de pulmón, colon, glándula mamaria, útero y próstata.
También pueden ejercer un efecto favorable sobre el sistema inmunológico y de protección sobre el efecto que ejerce la luz ultravioleta en la epidermis y la dermis.
- ✓ Licopeno: Acción antioxidante y reducción de la degeneración macular, así como prevención en la aparición de diferentes tipos de cánceres, especialmente de próstata.
- ✓ Xantofilas: zeaxantina, cantaxantina, criptoxantina: (Vegetales verdes) con efectos sobre la protección de la piel y los tejidos de la vagina, del útero y de la cérvix.

Alimentos funcionales industriales:

Según las necesidades, un alimento se convierte en funcional si se usa una de las siguientes vías (Roberfroid, 2000):

- ✓ **Eliminar** un componente conocido que puede causar a algunos consumidores un efecto perjudicial para la salud cuando se consume (por ejemplo, una proteína alergénica).
- ✓ **Aumentar** la concentración de un componente presente de forma natural en un alimento hasta alcanzar niveles en los que se produzca el efecto deseado. (Por ejemplo, la fortificación con un micronutriente hasta lograr una ingesta diaria superior a la cantidad recomendada (fluoración o iodación de la sal).

- ✓ **Añadir** un componente que por lo general no se encuentra en la mayoría de los alimentos y que no es necesariamente un macronutriente o un micronutriente, pero que es capaz de ejercer un efecto beneficioso.
(Por ejemplo, antioxidantes no vitamínicos o carbohidratos prebióticos)

- ✓ **Sustituir** un componente, usualmente un macronutriente (por ejemplo, las grasas) cuya ingesta suele ser alta y que puede causar un efecto nocivo, por otro macronutriente de efecto beneficioso para el organismo, como fibra alimentaria o aceites mono y/o poliinsaturados.

Incrementar la biodisponibilidad o la estabilidad de un componente que produzca un efecto beneficioso o que reduzca uno o varios factores de riesgo de padecer una determinada enfermedad.

Los alimentos funcionales más extendidos en el mercado son:

- Agua mineral medicinal (uno de los alimentos funcionales más antiguos).

- Sal yodada (su componente funcional es el yodo).

- Margarinas enriquecidas con:
 - Esteroles vegetales

- Pan enriquecido con:
 - Inulina
 - Omega 3
 - Ácido fólico

- Pasta alimenticia enriquecida con:
 - Vegetales
 - Fibra

- Zumos enriquecidos con:
 - Vitaminas A y D
 - Calcio
 - Hierro

- Leches enriquecidas o bebidas lácteas con:
 - Esteroles vegetales
 - Omega 3
 - Ácido fólico
 - Calcio

- Vitaminas A y D
- Fósforo y Cinc
- Yogures enriquecidos con:
 - Calcio.
 - Vitaminas A y D
 - Esteroles vegetales
- Leches fermentadas con:
 - Esteroles vegetales
 - Bacterias probióticas específicas
- Cereales fortificados con:
 - Fibra
 - Hierro
- Huevos enriquecidos con:
 - Omega 3

ALIMENTOS FORTIFICADOS / ENRIQUECIDOS

En un inicio se llamaba alimento enriquecido, o fortificado, a aquel en que las cantidades de uno o varios de sus nutrientes característicos han sido incrementados industrialmente, con el propósito de lograr un mayor aporte del mismo en la dieta, asegurando así una mayor probabilidad de que la población alcance a ingerir las cantidades necesarias y recomendadas de dicho nutriente.

Actualmente, el término enriquecido se ha extendido a la adición de otros nutrientes no característicos del propio alimento o de sustancias no nutritivas, con lo cual el límite entre alimento enriquecido y funcional es difuso.

Algunos de los nutrientes con los que se fortifican los alimentos son los siguientes:

- **Ácido Ascórbico (vitamina C):** Bebidas y frutas enlatadas, congeladas y secas, además de los cereales secos.
- **Tiamina, Riboflamina y Niacina (Complejo B):** Cereales como arroz y algunos granos parecidos, harinas y sus productos como panes y pastas, y los productos lácteos.
- **Vitamina D:** Productos lácteos, y la margarina, cereales secos y bebidas de frutas.
- **Calcio:** Algunos cereales y el pan.

- **Hierro:** Cereales, pan y leche en polvo.
- **Betacaroteno (vitamina A):** Cereales secos como el arroz, harinas, panes y pastas, productos lácteos y derivados como margarinas, aceites vegetales, y chocolate.
- **Proteína:** Cereales, pan y harina de yuca.
- **Aminoácidos:** Cereales, pan y productos sustitutos de la carne.

ALIMENTOS ECOLOGICOS

Un alimento ecológico es un producto obtenido a partir de la producción ecológica, es decir, de la agricultura y ganadería ecológicas.

A nivel En España, los Consejos o Comités de Agricultura Ecológica territoriales (CAE), son los organismos encargados de certificar los productos ecológicos, dependientes de las Consejerías o Departamentos de Agricultura de las Comunidades Autónomas. En tres comunidades autónomas (Andalucía, Castilla La Mancha y Aragón) han sido autorizados organismos privados.

Para conseguirlo, se deben seguir prácticas ecológicas como (algunos ejemplos):

- Rotación de cultivos.
- Limitación del uso de pesticidas sintéticos y antibióticos para el ganado.
- Prohibición del uso de transgénicos.
- Selección de especies vegetales y animales resistentes a enfermedades y con adaptaciones regionales.
- Cría en espacios abiertos.
- Aprovechamiento de los recursos cercanos a la zona de cultivo o cría.

Sólo los alimentos ecológicos certificados pueden llevar las menciones:

- ECOLÓGICO
- ECO
- BIOLÓGICO
- BIO
- ORGÁNICO

Los términos **ecológico**, **eco**, **biológico** o **bio y orgánico** hacen referencia a un mismo concepto, tal y como se presenta en el Reglamento (CE) N° 834/2007.

Existe un **logotipo** de la Unión Europea “la Eurohoja” de certificación ecológica que se creó para facilitar la identificación de productos ecológicos por parte de los consumidores. Los productores que quieran certificar sus productos en dicho sello deben someterse a controles anuales en los que deberán demostrar que como mínimo el 95% de las materias primas utilizadas provienen de agricultura ecológica.

En la etiqueta del producto aparecerá el logotipo identificativo junto a un código que aporta información adicional sobre el producto.

ETIQUETADO ECOLÓGICO (Reglamento (CE) nº 271/2010, anexo XI)

EUROHOJA



Fondo verde.....



.....Fondo negro

Para que un producto sea calificado con cualquiera de los términos anteriormente mencionados debe estar certificado por un organismo de control y lucir la etiqueta que lo identifique.

El **objetivo** principal de la producción ecológica es asegurar un sistema viable de gestión agrario que:

- Respete los sistemas y los ciclos naturales y preserve y mejore la salud del suelo, el agua, las plantas y los animales y el equilibrio entre ellos.
- Contribuya a un alto grado de biodiversidad.
- Haga un uso responsable de la energía y de los recursos naturales como el agua, el suelo, las materias orgánicas y el aire.
- Cumpla rigurosas normas de bienestar animal y responsa a las necesidades de comportamiento propias de cada especie.

Los productos ecológicos que más se conocen son los alimentos como: aceite, vinagre, especias, algas, setas, bebidas vegetales, café, caldos, sopas cereales, chocolates, cacao, sucedáneo, conservas vegetales, copos, cereales, muesli, endulzantes, galletas, bollería harina y preparados, entre otros.

Las principales líneas de productos ecológicos consumidos en España son los frescos, especialmente fruta y verdura seguidos de productos cárnicos y lácteos.

Consumidores de productos ecológicos

A pesar de la crisis, el consumo de productos ecológicos u orgánicos está aumentando considerablemente. En España, desde el 2006, el consumo de estos productos ha aumentado un 40% y es previsible que durante los próximos años el consumo sea mayor.

Según los estudios de la Unión Europea, se estima que el mercado de los productos ecológicos está creciendo a un ritmo del 10-15% cada año, lo que ha supuesto que entre 1997 y 2006 el crecimiento de este tipo de productos respecto al total haya pasado del 0,5 al 4 por ciento en toda la Unión Europea, el mercado de productos ecológicos crecerá en España al 12% anual hasta 2020 "



El mercado productivo ecológico español es uno de los más dinámicos a nivel mundial y se ha consolidado en la actualidad como el principal productor europeo. Aunque el consumo interno ecológico no ha crecido al mismo ritmo, también ha mantenido un desarrollo positivo, incluso en el período de profunda crisis experimentado por la economía española.

Gastos de los Consumidores (mill. de €)

	2013	2012	2011	2013/2012	2012/2011
Alimentación ecológica	1.018,0	998,0	965,0	2,00%	3,42%
Total Alimentación y Bebidas (Hogar + Horeca)	101.250	100.678	101.991	0,57%	-1,29%
% A. Ecológica s/total Alimentación y Bebidas	1,01%	0,99%	0,95%		
Gasto per cápita en Alimentos Ecológicos(€/año)	21,66	21,01	20,45	3,03%	2,74%
Gasto per cápita Total Alimentación (€/año)	2.154,26	2.119,54	2.160,83	1,64%	-1,91%

FUENTE: MAGRAMA



ALIMENTOS DIETÉTICOS

Los alimentos dietéticos son aquellos destinados a cubrir las necesidades de un sector específico de la población.

- **Preparados para lactantes:** Productos alimenticios destinados a la alimentación especial de los lactantes durante los primeros meses de vida.
- **Preparados de continuación:** Productos alimenticios destinados a la alimentación especial de los lactantes cuando se introduce una alimentación complementaria apropiada.
- **Alimentos elaborados a base de cereales:** Son productos destinados a los lactantes durante el periodo de destete y a los niños de corta edad, que se utilizan como complemento de su dieta.
- **Productos alimenticios para dietas de bajo valor energético:** Productos de formulación especial que sustituyen total o parcialmente la dieta diaria.
- **Productos alimenticios para personas con intolerancia al gluten:** Productos específicamente elaborados, preparados y/o procesados para personas con intolerancia al gluten.

ALIMENTOS "SIN"

Los alimentos "sin" o "libres de" son una tendencia al alza en nuestra sociedad y es que cada vez encontramos más productos de que indican en su envase: "Sin lactosa", "sin gluten", "sin grasas", "sin azúcares", "sin sal", "sin conservantes", "sin aditivos"...

Los primeros productos surgidos con esta tendencia, inicialmente, "sin gluten" y "sin lactosa" surgieron como una alternativa en la alimentación para personas que necesitaban suprimir dicho componente de su dieta debido a un problema digestión (celiaquía, intolerancia a la lactosa). Pero actualmente, el aumento del consumo de estos productos no radica exclusivamente en una situación relacionada con alergias o intolerancias.

Es decir, muchos de estos alimentos SIN, son necesarios para un concreto grupo de población, pero a la vez existe técnicas de marketing en ellos, que consiguen reclamar a más población, la idea de ser un alimento mejor, más saludable... Y en este sentido también, las 'celebrities' han animado a muchas personas en su cruzada contra alimentos sin.

En relación a los nutrientes suprimidos más extendidos: el gluten y la lactosa por ejemplo, las personas que no presentan alergias intolerancias no notarán un beneficio extra en su supresión, por lo que evitar alimentos sin por creerlos más saludables no tienen sentido.

En este sentido, las dietas sin gluten adoptadas por un número cada vez mayor de consumidores podrían aumentar el riesgo de desarrollar diabetes tipo 2, según un nuevo estudio de la Universidad de Harvard, que apunta a que la ingestión de pequeñas cantidades de dicha proteína, o la ausencia total de ella en la dieta, aumenta el riesgo de diabetes hasta un 13%.

ALIMENTOS "LIGHT"

Según la legislación vigente, un alimento se considera **"light" o "ligero"** si el fabricante ha reducido en un 30% su aporte calórico, respecto a un producto de referencia, siempre que se indique la característica que hace que el producto sea "light".

Así por ejemplo, en el mercado encontramos productos a los que se les ha retirado el azúcar, la cual se sustituye por edulcorantes o simplemente no se añaden ni azúcares ni edulcorante.

En el caso de las grasas, se reduce el contenido graso, dando lugar a los productos desnatados o semidesnatados.

El hecho de que aparezca en los envases la palabra light no significa que sean adelgazantes. Es verdad que su aporte calórico es inferior respecto a los alimentos a los que imitan, pero algunos de ellos contienen grasas y azúcares en cantidades significativas. Por este motivo, confiar solo en alimentos light para la dieta no es el mejor camino. Un producto light puede tener más calorías que otro sustituto que no lo sea. Por ejemplo, acompañar las comidas con mahonesa light tiene más calorías y grasas que hacerlo con un aliño casero de limón, orégano y pimienta.

Los productos que encontramos mayoritariamente como Light son:

- **Bebidas:** Refrescos donde se les elimina o reduce el azúcar para disminuir las calorías del producto.
- **Chicles y golosinas:** Si se toman demasiados, pueden aumentar los gases en el estómago y a posterior dar más hambre
- **Lácteos:** Los yogures, quesos y leche, entre ellos, son unos de los productos a los que se les reduce la aportación de grasa y de azúcar.
- **Bollería y galletas:** Se eliminan o reducen los azúcares y otros edulcorantes.

NOVEL FOODS

Se denomina *Novel Foods* al conjunto de nuevos alimentos, que no se utilizaron de manera significativa para el consumo humano en la Unión Europea, antes del 15 de mayo de 1997.

Categorías de los *novel foods*:

- Alimentos o ingredientes alimentarios que tienen una estructura molecular primaria nueva o modificada intencionalmente.
- Alimentos e ingredientes alimentarios consistentes en microorganismos, hongos o algas u obtenidos a partir de éstos.
- Alimentos e ingredientes alimentarios consistentes en vegetales, u obtenidos a partir de ellos, y los ingredientes alimentarios obtenidos a partir de animales, excepto los alimentos e ingredientes alimentarios obtenidos mediante prácticas tradicionales de multiplicación o de selección y cuyo historial de uso alimentario sea seguro.
- Alimentos e ingredientes alimentarios que se hayan sometido a un proceso de producción no utilizado habitualmente, que provoca en su composición o estructura cambios significativos de su valor nutritivo, de su metabolismo o de su contenido en sustancias indeseables.

Requisitos que deben cumplir los *novel foods*:

- El alimento no planteará un riesgo para la salud de las personas sobre la base de las pruebas científicas disponibles.
- No deben inducir a error al consumidor; especialmente si está destinado a sustituir a otro alimento y hay cambios significativos en el valor nutritivo.
- No deberán diferir de otros alimentos e ingredientes alimentarios a cuya sustitución se destinen de tal manera que su consumo normal implique desventajas para el consumidor desde el punto de vista de la nutrición.

Ejemplos de *novel foods*:

- **Semilla de chía:** Se puede aplicar en un valor máximo del 5% de semillas en los productos de panadería.

- **Aceite de la microalga *Ulkeniasp*:**
 - Productos de panificación, máximo contenido en DHA (200mg/100g).
 - Cereales, máximo contenido en DHA (500mg/100g).
- **Bebidas analcohólicas** (bebidas que no contienen grado de alcohol o etanol, entre ellas se encuentran la mayoría de las gaseosas, bebidas de cola, jugos, zumos, aguas con sabor...) con un máximo contenido en DHA (60mg/100g).
- **Extracto de hoja de alfalfa:** Se puede aplicar en complementos alimenticios, con una dosis de consumo máxima de 10g/día.
- **Licopeno de la *Blakeslea*:** Se puede aplicar a bebidas a base de frutas u hortalizas (máx. 2,5mg/100g), bebidas para deportistas (máx. 2,5mg/100g), productos alimenticios destinados a dietas de bajo valor energético (máx. 8mg/100g)...

Para consultar el listado de novel foods a nivel europeo, visitar el *site*:

http://ec.europa.eu/food/safety/novel_food/catalogue/search/public/index.cfm#

SUPER ALIMENTOS

No existe una definición científica ni legal de la palabra "superalimento", también llamados "*superfoods*", por lo que deben ser tratados con recelo por parte del personal sanitario hasta que existan pruebas y estudios científicos que demuestren sus beneficios sobre la salud, es necesario conocer y saber de qué se tratan, debido al auge en su consumo.

Los superalimentos reciben este nombre por tratarse de fuentes superiores de antioxidantes y nutrientes esenciales necesarios para un adecuado funcionamiento fisiológico del organismo. De hecho, sólo podemos considerar que un superalimento lo es, cuando de forma natural presenta una densidad muy elevada de nutrientes concentrados en pequeñas cantidades. Ricos en enzimas también presentan cantidades de vitaminas, minerales, fitonutrientes y fitoquímicos.

El superalimento lo es por sí mismo, es decir, por sus nutrientes propios y no por añadirle ningún nutriente extra.

En 2015 se aprueba el nuevo Reglamento (UE) 2015/2283 sobre novel *food*, por el que se regularán los nuevos alimentos en la Unión Europea, así la nueva normativa puede afectar a los superalimentos en tanto en cuanto muchos de ellos puedan ser considerados alimentos de nuevo consumo en algunos mercados.

Actualmente los superalimentos están dotados de muchas cualidades milagrosas como si fueran capaces de tratar por si solas enfermedades o protegernos de ellas de manera casi mágica. A pesar de esto, motivo por el que se debe tratar a estos alimentos aplicando el sentido crítico, muchas de las propiedades que se atribuyen a determinados superalimentos a menudo están realmente avaladas por estudios científicos. Aunque se hace necesario revisar el tipo de estudio, la muestra y el alcance del mismo, así como la dosis de consumo.

Aunque los alimentos no pueden mostrar en su etiqueta, envoltorio o publicidad ningún efecto beneficioso sobre la salud que no esté justificado por su composición y amparado por la ley (Reglamento europeo número 1924 de 2006). Son los artículos poco rigurosos, vídeos, charlas...los que realizan el trabajo de ensalzar determinadas propiedades.

Como se ha referenciado anteriormente en este módulo ha habido de manera general un incremento de un 202% a nivel mundial en el número de productos lanzados al mercado con los términos superfood, superfuit o supergrain. Este auge es el resultado de la búsqueda de la salud y el bienestar por parte de la persona.

Algunos ejemplos de considerados superalimentos:

- Semillas de chía
- Semillas de cáñamo
- Quinoa
- Kale
- Té Matcha
- Maíz morado
- Chlorella

- Hierba de trigo
- Baobab
- Maca
- Bayas Goji
- Açai
- Moringa

Aún siendo alimentos saludables dentro de una dieta variada y presentando cantidades elevadas de determinados nutrientes como por ejemplo la chía, que cuenta con un valor elevado omega 3, debemos tener presente la ración de consumo habitual de estos llamados superalimentos.

- Por ejemplo: Aunque 100 gramos de semillas de *chia* tienen más Omega 3 que 100g de salmón, la cantidad habitual de consumo, aproximadamente 15g, dista mucho de esos 100g en los cuales obtenemos los beneficios de su aporte en omega 3.

1.5 CÓMO COMEMOS, HÁBITOS DE LA POBLACIÓN

Para conocer la situación de la población española en el último año nos basaremos en los datos obtenidos de diferentes estudios e informes como:

- Estudio ENPE (2016)

En 2011 se presentó la Encuesta Nacional de Ingesta Dietética Española (ENIDE), llevada a cabo por la, por aquel entonces, Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN). El objetivo general de ENIDE era conocer el consumo de alimentos en España. Si bien para hacer un análisis nutricional de toda la población habría que incluir individuos menores de 18 y mayores de 64 años, en ENIDE sólo se incluyeron individuos con edades comprendidas entre las anteriormente mencionadas.

Los datos relacionados con la población infantil de los que disponíamos eran en relación a los estudios Enkid.

La Fundación EROSKI ha realizado el Estudio ENPE" (Estudio Nutricional y de Hábitos Alimentarios de la Población Española" con el Dr. Javier Aranceta como director científico.

El estudio realizado entre los meses de mayo de 2014 y marzo de 2015 es, el estudio realizado hasta el momento en España con un mayor número de

encuestados, de todas las edades, de todas las comunidades autónomas y más exhaustivo en cuanto a información recopilada.

- *“Informe del consumo de alimentación de nuestra sociedad” (2016).*

Informe del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente. Informe donde se da a conocer como es el consumo de alimentos y bebidas de la población española y cómo evoluciona respecto años anteriores.

- *“Alimentación y sociedad en el siglo XXI” (2015).*

Estudio realizado por la Fundación Mapfre (2015) y donde encontramos a Gregorio Varela como investigador principal. Este estudio pretende dar a conocer todas las cuestiones en relación a los hábitos alimentarios de los españoles, en función de diversas variables socioeconómicas. Conocer cuáles son sus hábitos en la compra de alimentos, cómo los combinan, cuánto tiempo dedican a la preparación de estos alimentos, donde suelen comer habitualmente...son algunos de las premisas del estudio.

En esta ocasión la población de estudio son personas mayores de 18 años del territorio español (con excepción de Ceuta y Melilla)

Que observamos de todos ellos:

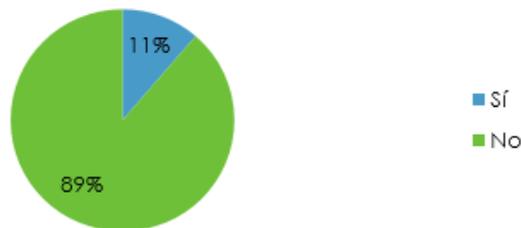
- 1- Modificaciones del patrón de alimentación debido a problemas de salud.

Un 11,3 % de los encuestados afirman haber cambiado sus hábitos, su patrón de alimentación como parte del tratamiento a un problema de salud. Donde las mujeres son las que modifican en mayor medida su dieta.

Los parámetros que se vieron mayormente modificados fueron (donde observamos que dichas modificaciones están relacionadas con los problemas de salud más prevalentes en nuestra sociedad: tensión arterial alta y niveles altos de colesterol).

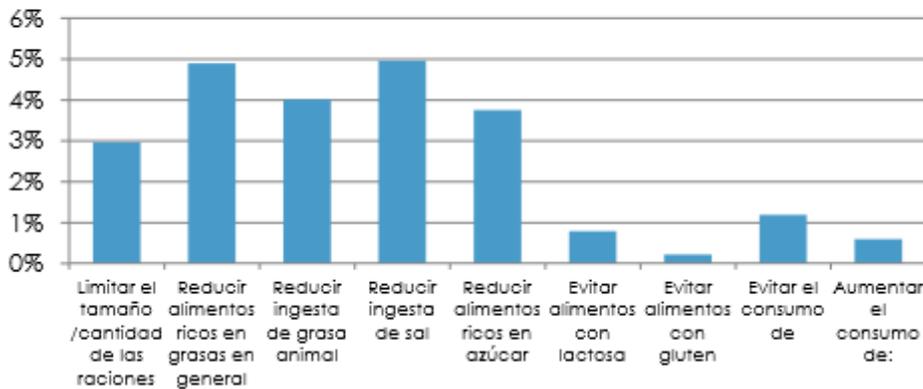
- El consumo de sal (5%)
- El aporte de grasas en su alimentación bien por un consumo de alimentos con menor aporte lipídico (4,9%) o bien por una reducción directa en el consumo de grasa animal (4%)
- Reducción de alimentos ricos en azúcar (3,8%).

Ha realizado cambios en la dieta debido a problemas de salud



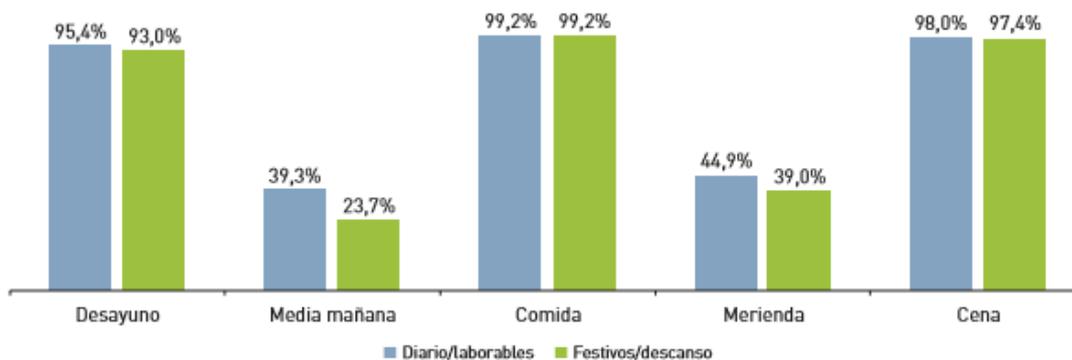
Fuente estudio ENPE

Tipos de modificaciones de la dieta



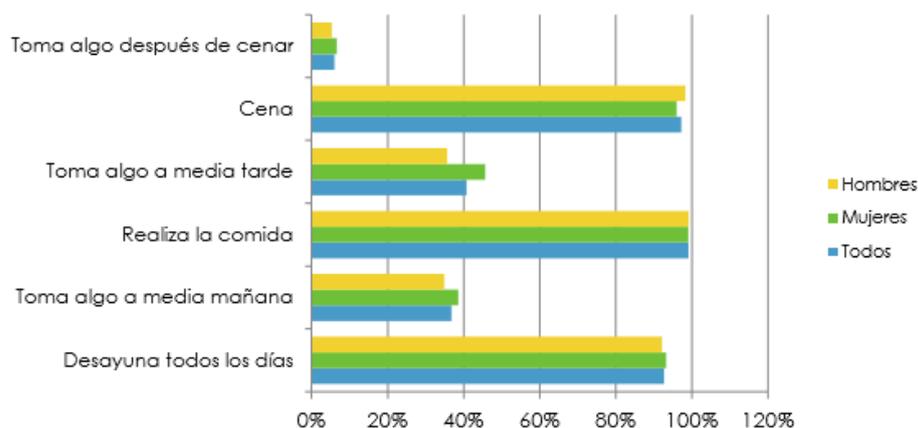
Fuente estudio ENPE

- 2- Casi la totalidad de la muestra realiza tres comidas principales (desayuno, comida, cena) no existiendo diferencias significativas entre días laborables y fines de semana. Sólo el 27,7% realizar 5 comidas (incluyendo media mañana y merienda).



Fuente: "Alimentación y sociedad en el siglo XXI" (Fundación Mapfre)

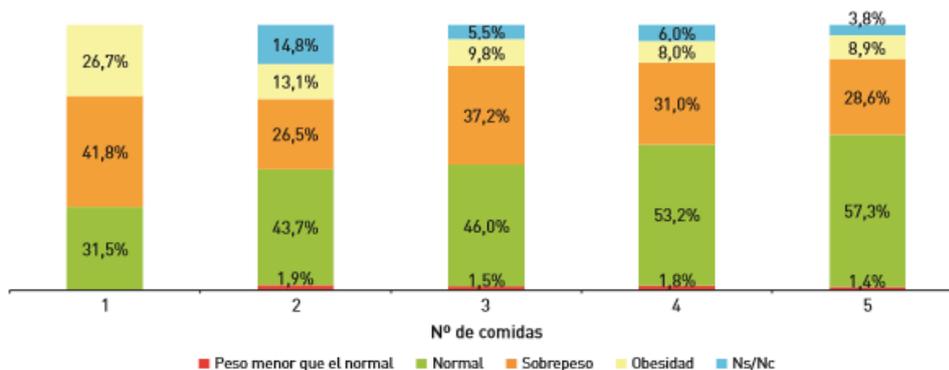
Patrón de comidas realizadas



Fuente: "Alimentación y sociedad en el siglo XXI" (Fundación Mapfre)

Si relacionamos el número de comidas con la composición corporal, observamos que, entre los que realizan más comidas, tanto a diario como en fin de semana, existe un mayor porcentaje de personas con normopeso.

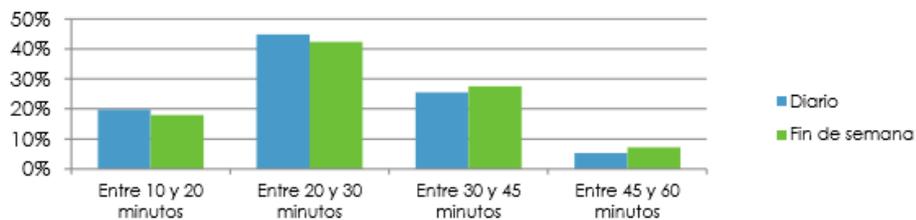
Índice de Masa Corporal según el número de comidas realizadas a diario.



Fuente: "Alimentación y sociedad en el siglo XXI" (Fundación Mapfre)

3- Respecto al tiempo dedicado a las comidas, como es de esperar, es mayor durante los fines de semana. Por lo que a comida y cena se refiere no se invierten 34-41 minutos en comida y 29-33 minutos en cena aproximadamente. A destacar que se observa una correlación positiva entre el tiempo dedicado a comer, y el porcentaje de población con peso normal, tanto a diario como en fin de semana.

Cuánto suele tardar en comer

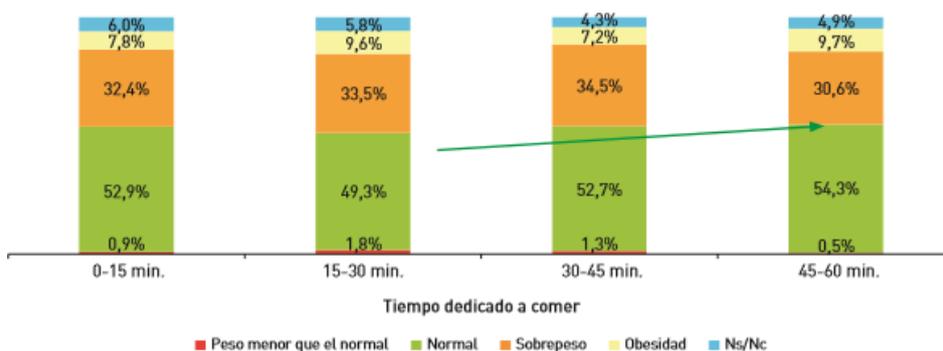


Cuánto suele tardar en cenar



Fuente estudio ENPE

Índice de Masa Corporal según tiempo dedicado a comer a diario



Fuente: "Alimentación y sociedad en el siglo XXI" (Fundación Mapfre)

4- ¿Dónde se realizan las comidas?

El 94,1% de los encuestados afirma desayunar en casa y un 87% refiere comer en casa (este porcentaje disminuye durante el fin de semana alcanzando el valor del 84,7%).

Las comidas que más se realizan fuera de casa a diario son las comidas secundarias como la toma de media mañana, y suele realizarse en el ámbito laboral, ya sea llevándose la comida preparada de casa (26,4%) o en una cafetería (14,4%).

A mayor renta del hogar, mayor es el porcentaje de personas que comen alguna vez fuera de casa se incrementa de forma proporcional a la renta del hogar y disminuye el porcentaje de personas que comen en familia.

Lugar donde se realiza la comida del mediodía a diario en función de la situación laboral



Fuente: "Alimentación y sociedad en el siglo XXI" (Fundación Mapfre)

Entre los motivos principales que hacen que la persona coma fuera de casa (entre semana) encontramos:

- El horario laboral (40,2%)
- El ocio (28,7%) un 15,2%
- Relaciones sociales (15,2%)
- Obligaciones familiares (14,7%)

Cuando comemos fuera de casa preferimos los locales de comida casera o tradicional y esta preferencia aumenta conforme aumenta la edad de la persona.

Las comidas con mayor componente social son la comida y la cena, que se suelen realizar a diario en compañía de la familia en un 68,8% y 81% de los casos, respectivamente.

5- Respecto a la preparación de los alimentos y conocimientos de cocina

Para hacer de nuestra dieta un plan variado y atractivo es necesario que conocer algunas nociones e interés por cocina. A la respuesta ¿Sabemos cocinar? Más del 80% de las mujeres responden saber cocinar, excepto las más jóvenes, en las que el 70% sabe cocinar y el 25% refiere “defenderse”.

Sin embargo, entre los hombres, el porcentaje que sabe cocinar se reduce con la edad; desde el 60% de los más jóvenes, al 30% en el estrato de 65 a 75 años

El 53,6% de los entrevistados refieren ser los responsables de la elaboración de la comida en su totalidad y de media cocinan para 3 personas.

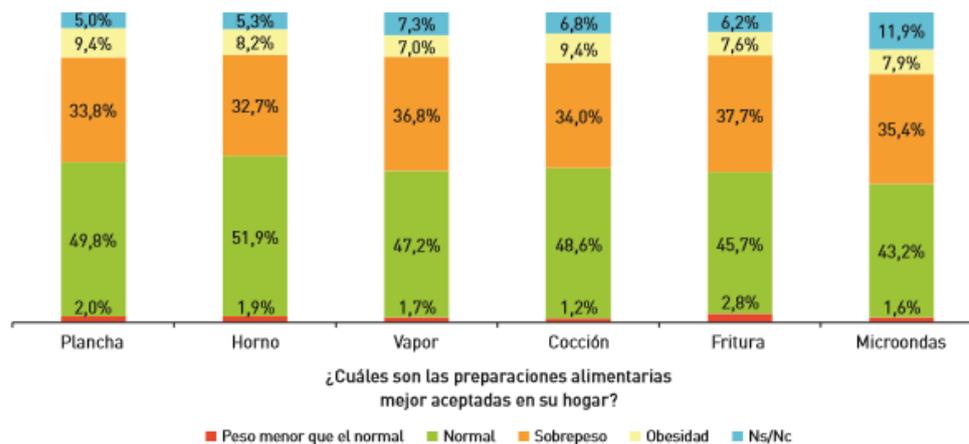
1 de cada 4 mujeres declaran ser las encargadas de toda la elaboración de los alimentos del hogar por el contrario sólo 1 de cada 4 hombres refiere ocuparse de dicha tarea.

A la hora de elaborar la comida en el hogar la persona encargada de su elaboración tiene en cuenta siguiendo el siguiente orden:

- Los gustos de las personas del
- La salud
- Los propios gustos de la persona encargada en la elaboración de los menú familiares
- El precio
- El equilibrio y composición de los platos
- Seguir la dieta

Si valoramos los métodos de cocción de los alimentos observamos que la plancha en un 65,4% es la preparación que más gusta en las casas, seguido de la cocción tradicional en un 48,4% y de un 41,6% respecto a la cocción en el horno. A más edad preferimos las cocciones tradicionales y el las frituras son preferidas y mayormente consumidas por el población más joven.

Índice de Masa Corporal según las preparaciones alimentarias mejor aceptadas en los hogares



Fuente: "Alimentación y sociedad en el siglo XXI" (Fundación Mapfre)

6- Según los hábitos de compra

Para aprovechar mejor los productos y contribuir al ahorro, se ha modificado la manera de comprar y cocinar. Desde el comienzo de la crisis, el consumidor dedica semanalmente un 10% más de tiempo para la compra de alimentos. El presupuesto dedicado a alimentación se incrementa con la edad.

Teniendo en cuenta la situación económica actual e inmediatamente pasada, aproximadamente la mitad de los hogares han reducido su gasto en compra: más marca de distribución, productos de menor precio y establecimientos más baratos.

Los motivos que llevan a la elección del tipo de establecimiento son, por este orden: la calidad, precio y proximidad, en el caso de los productos frescos; en los no perecederos, prevalece la proximidad y el precio sobre la calidad. Respecto a los productos frescos, el precio, a pesar de la situación económica, no es un criterio prioritario.

Impacto de la crisis en el cambio de hábitos de compra de alimentos, por nacionalidad



Fuente: "Alimentación y sociedad en el siglo XXI" (Fundación Mapfre)

Los hábitos más frecuentes que tienen los encuestados cuando van a hacer la compra son principalmente:

- Buscar alimentos más saludables (87,7%)
- Comprobar la fecha de caducidad de los productos (86,0%)
- Comparar precios (71,1%)

¿Qué opinamos que debemos cambiar?

Los hábitos que un mayor porcentaje considera que debería cambiar son:

"comer siempre a la misma hora" (52,8%). Es decir, consideran que deben regularizar más sus comidas.

- "Debería estar más informado de lo que se debe comer" (52,2%).
- "Debería comer o cenar menos cantidad" (47,3%)
- "Debería desayunar mejor" (42,2%)

¿Qué alimentos preferimos?

La pasta, el pescado y el arroz son los alimentos que más gustan a los encuestados, mientras que las verduras y hortalizas, el pescado y la carne son los que menos gustan.

Los inmigrantes han establecido sus preferencias en este orden: pescado (15,9%), carne (14,4%) y pasta (8,9%).

Por tipos de productos se destaca un aumento en el consumo de:

- Platos preparados (+4,2%)
- Las patatas (+1,2%)
- La bollería, pastelería, cereales y productos navideños (+0,6%)
- Los frutos secos (+0,3%).

Se indica un descenso en el consumo de: el aceite, la leche líquida, los derivados lácteos, la carne, el pescado, las frutas frescas, las hortalizas frescas, las frutas y hortalizas transformadas, el pan.

BIBLIOGRAFÍA:

- Noticia Estudio sobre hábitos de compra en alimentación (2015)
<https://www.ocu.org/organizacion/prensa/notas-de-prensa/2015/habitosconsumo>
- El comprador de productos de alimentación en 2017
<https://www.aecoc.es/articulos/el-comprador-de-productos-de-alimentacion-en-2017/#/login>
http://www.sepe.es/contenidos/que_es_el_sepe/publicaciones/pdf/pdf_mercado_trabajo/imt2016_datos2015_estatal_mujeres.pdf
- Tendencia alimentación saludable:
<http://www.ainia.es/noticias/alimentacion-saludable/5-tendencias-de-alimentos-saludables/>
- Tendencias consumidor SXXI
<http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/consumo/estudios/tendenciasConsumidorSXXI.pdf>
- Factores sociales y culturales en la nutrición
<http://www.fao.org/docrep/006/w0073s/w0073s08.htm>
- Análisis del mercado laboral femenino en España: evolución y factores socioeconómicos determinantes del empleo:
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-74252015000200008
- Data & Trends of the European Food and Drink Industry 2013-2014
http://www.fooddrinkeurope.eu/uploads/publications_documents/Data_Trends_of_the_European_Food_and_Drink_Industry_2013-2014.pdf
- Data & trends EU food and drink industry 2016
http://www.fooddrinkeurope.eu/uploads/publications_documents/Data_and_trends_Interactive_PDF_NEW.pdf
- Estilos de vida y alimentación
http://www.ugr.es/~pwlac/G25_27Luis_Alvarez-Amaia_Alvarez.html
- Libro blanco de la nutrición en España (2013)
http://www.seedo.es/images/site/documentacionConsenso/Libro_Blanco_Nutricion_Esp-2013.pdf

- Guía alimentos funcionales FESNAD
http://www.fesnad.org/resources/files/Publicaciones/guia_alimentos_funcionales.pdf
- La fibra dietética <http://scielo.isciii.es/pdf/nh/v21s2/original6.pdf>
- El sector ecológico en España (2016)
http://pae.gencat.cat/web/.content/al_alimentacio/al01_pae/05_publicacions_material_referencia/arxiu/2016_Informe_EcoLogical.pdf
- "Evolución de la Caracterización de la Tipología y Perfil Sociodemográfico del consumidor de Alimentos Ecológicos en España". Septiembre 2014. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente- GFK.
- Top Food & Beverages Trends for 2016: "Clean Eating". Innova Market Insights
- La producción ecológica:
<http://www.mapama.gob.es/es/alimentacion/temas/la-agricultura-ecologica/>
- Superalimentos claves para entender por qué están en el mercado:
<http://www.ainia.es/tecnoalimentalia/consumidor/superalimentos-marcantendencia/>
- "Evolución de la caracterización de la tipología y perfil sociodemográfico del consumidor de alimentos ecológicos en España" (2014)
http://www.mapama.gob.es/es/alimentacion/temas/la-agricultura-ecologica/estudioperfilconsumidorecologico2014_tcm7-346684.pdf
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-74252015000200008
- Normas de etiquetado, información alimentaria y marcado de los productos alimenticios.
https://www.osakidetza.euskadi.eus/contenidos/informacion/sanidad_alimentaria/es_1247/adjuntos/NORMAS%20DE%20ETIQUETADO%20ALIMENTOS%20%202017.pdf
- Declaraciones nutricionales autorizadas y las condiciones de uso fijadas en el anexo del reglamento ce nº1924/2006 y reglamento ce nº 116/2010.
http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/seguridad_alimentaria/gestion_riesgos/Tabla_declaraciones_NUTRICIONALES_authorized.pdf
- Estudio ENPE:
<https://www.fen.org.es/storage/app/media/imgPublicaciones/02BC4353.pdf>
- Estudio sobre tendencias de consumo de alimentos <http://bvs.minsa.gob.pe/local/minsa/2603.pdf>