



Innovación en el sector de los alimentos y las bebidas saludables

Presentación de las tendencias en innovación, las políticas públicas y los aspectos legales que regulan este sector



Contenido del módulo

1

¿Qué entendemos por innovación en el sector de los alimentos y las bebidas?

Introducción
Tipos de innovación en el sector

2

Retos que plantea la innovación en el sector de los alimentos y las bebidas

Principales retos que plantea la innovación en el sector de los alimentos y bebidas saludables
Necesidad de disponer de procesos de innovación estructurados en el DNP
Declaraciones legales y legislación en materia de consumo y comercio

Contenido del módulo

3

Tendencias sociales y previsiones, oportunidades de mercado

Tendencias populares/mediáticas en materia de salud y alimentación

Tamaño del mercado, alcance actual y previsión para identificar oportunidades


Panorama competitivo en el mercado de los alimentos saludables

4

Marco de políticas públicas

Introducción a las iniciativas y objetivos de las políticas públicas en la UE y los países del AA.

Acciones y limitaciones en materia de salud pública para fomentar un estilo de vida y una dieta saludables



1. ¿Qué entendemos por innovación en el sector de los alimentos y las bebidas?

- Definición de innovación
- ¿Qué entendemos por innovación en el sector de los alimentos y las bebidas?
- Tipos de innovación en el sector

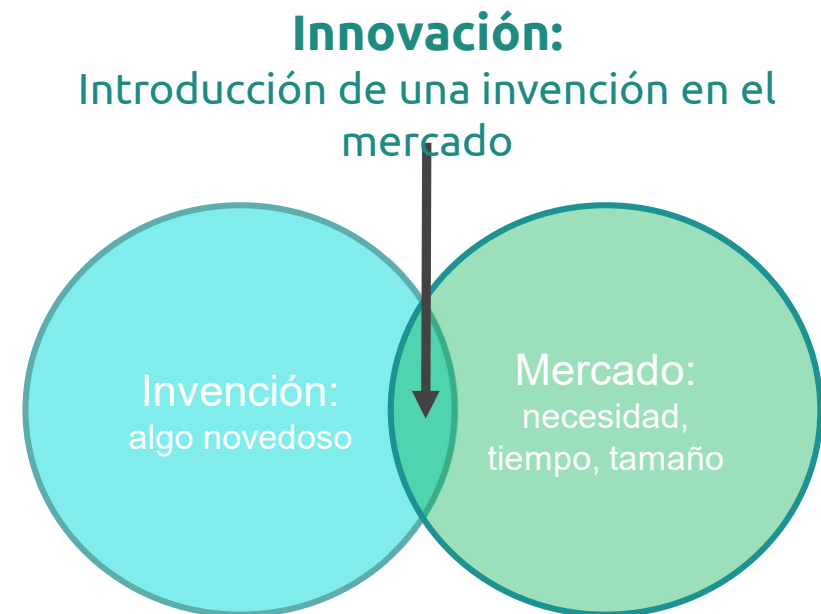
¿Qué entendemos por innovación?



WIKIPEDIA
The Free Encyclopedia

La innovación es la aplicación práctica de ideas que permite crear nuevos bienes o servicios o mejorar los ya existentes.

La innovación está relacionada con la invención, si bien ambas no son equivalentes: la innovación suele implicar la aplicación práctica de una invención (es decir, una capacidad nueva/mejorada) para **influir de forma significativa en un mercado o una sociedad**. No todas las innovaciones requieren una nueva invención.



¿Qué entendemos por innovación en el sector de los alimentos y las bebidas?



→ Basarse en la ciencia y la tecnología para desarrollar nuevas formas de producir, procesar o envasar alimentos y bebidas.

La innovación combina **la innovación tecnológica, social y cultural** en la totalidad del sistema alimentario e incluye, por ejemplo, la producción, la cosecha, la transformación primaria y secundaria, la fabricación y la distribución.



→ Las demandas y expectativas de los consumidores evolucionan de forma constante, de modo que los minoristas buscan nuevos productos para dar respuesta a estas necesidades.



→ La innovación es esencial para garantizar la rentabilidad y la supervivencia y, en el caso del sistema alimentario, también la sostenibilidad.

Tipos de innovación en el sector de los alimentos y bebidas (I)

Tipo de innovación	Alcance de la innovación	Característica distintiva	
Innovación en productos	Innovación relacionada con los bienes y los servicios.	Introduce mejoras significativas en las especificaciones técnicas, los componentes y los materiales utilizados	De carácter técnico
Innovación en los procesos	Implementación de nuevos procesos o mejoras en el sistema de producción.	Introduce cambios tecnológicos significativos en los equipos de producción y/o software	
Innovación de mercado	Aplicación de nuevos métodos de marketing, tales como la introducción de cambios importantes en el diseño o el envasado de los productos, la promoción y la fijación de precios en función del mercado.	El nivel de satisfacción de los consumidores es cada vez mayor, lo que da lugar a nuevos mercados o posiciones de mercado que permiten a las empresas aumentar sus ventas	De carácter no técnico
Innovación organizativa	Puesta en práctica de nuevas formas y métodos en la organización de las empresas, el trabajo y las relaciones externas.	Implementación de prácticas empresariales en la organización del lugar de trabajo o en las relaciones externas, como, por ejemplo, la puesta en práctica de decisiones estratégicas.	

* Fuente: OCDE

Tipos de innovación en el sector de los alimentos y las bebidas (II)

- DE CARÁCTER TÉCNICO -

Producto



Una nueva categoría de sopa

Proceso



Impresión de alimentos en 3D

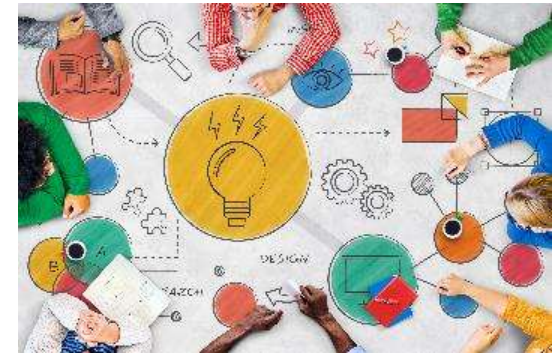
- DE CARÁCTER NO TÉCNICO -

Mercado



Desarrollo de envases atractivos

Organizativo



Enfoque de innovación abierta



2. Retos que plantea la innovación en el sector de los alimentos y bebidas saludables

- Principales retos que plantea la innovación en el sector de los alimentos y bebidas saludables
- Necesidad de disponer de procesos de innovación estructurados en términos de DNP
- Evaluación de la seguridad de los nuevos productos y cumplimiento de las normas de etiquetado de los productos saludables

Principales retos que plantea la innovación en el sector de los alimentos y bebidas saludables

- Inicios de la innovación alimentaria -



- Durante la década de los años 70, la **tecnología alimentaria experimentó un rápido crecimiento**. Las empresas desarrollaron nuevos productos y procesos para dar respuesta a la escasez de alimentos, en especial, en cuanto a las proteínas de origen animal se refiere. También aumentó la comprensión y el fomento de la seguridad alimentaria.
- Se definió como un «nuevo alimento» a los alimentos que no habían sido consumidos previamente por el ser humano. Se introdujeron directrices que permitieron identificar las principales categorías de información necesarias para poder evaluar la **seguridad de estos nuevos alimentos**, así como algunos de los problemas asociados a la **evaluación de su seguridad**.
- A principios de la década de los años 90, se puso claramente de manifiesto que los avances en **tecnología genética** tendrían una gran repercusión en el suministro de alimentos, sobre todo en lo que **su potencial para aumentar la cantidad y la calidad de los alimentos disponibles y la seguridad alimentaria** se refiere.



Principales retos que plantea la innovación en el sector de los alimentos y bebidas saludables

La nueva composición de los alimentos y bebidas también implica que las industrias de este sector deben seguir las directrices dietéticas recomendadas a fin de ofrecer un producto saludable con una composición nutricional equilibrada.



Entre ellas se incluyen, por ejemplo, las **recomendaciones para reducir la ingesta de sodio, colesterol, grasas saturadas y azúcares, y aumentar el consumo de cereales integrales, verduras y frutas, así como de productos lácteos bajos en grasa.**

Aspectos a tener en cuenta

- Características sensoriales
- Elección de los ingredientes
- Estabilidad de los ingredientes y del producto
- Legislación y políticas alimentarias



Ejemplos de desarrollo de productos

- Productos con un bajo contenido en azúcar
- Productos bajos en grasas
- Productos con un menor contenido de sodio
- Productos enriquecidos



Principales retos que plantea la innovación en el sector de los alimentos y bebidas saludables

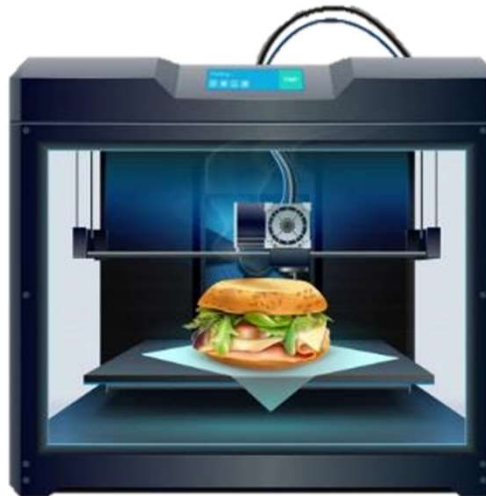
- Innovación de procesos -



La tecnología alimentaria, incluyendo el procesamiento, la fabricación y conservación de los alimentos, puede ejercer un gran impacto en nuestra dieta.

Algunos procesos industriales afectan al contenido nutricional de los alimentos, como sucede en el caso de:

- El uso de fertilizantes
- El molido
- El blanqueamiento
- El enlatado
- La congelación
- La pasteurización
- La transformación a alta presión
- La deshidratación



Ejemplo de una innovación tecnológica que permite modificar el contenido de nutrientes:

Es posible crear carne cultivada que cumpla las directrices dietéticas recomendadas para un tipo de dieta específico, por ejemplo: baja en grasas trans, grasas saturadas, sodio, carne roja y carbohidratos refinados.

Así como pasar de una situación de inseguridad a garantizar la seguridad alimentaria.

Principales retos que plantea la innovación en el sector de los alimentos y bebidas saludables

- Alimentos enriquecidos y grupos de edad -



Actualmente es posible crear alimentos enriquecidos para ayudar a determinados grupos de edad específicos a satisfacer sus necesidades nutricionales, como, por ejemplo, los niños y los ancianos. Sin embargo, durante el embarazo y la lactancia, o si se sigue una dieta vegana, las opciones alimentarias son más limitadas.



En los **niños**, es posible enriquecer los alimentos y las bebidas, como la leche y los cereales para el desayuno, con vitamina D. Sin embargo, estos alimentos también conllevan determinados retos, como, por ejemplo, cómo aportar la cantidad necesaria de vitamina D sin afectar a otros aspectos como el sabor y la solubilidad.

La cantidad de proteínas que debemos consumir aumenta a lo largo del **proceso de envejecimiento** y estas son esenciales para mantener la masa muscular y la fuerza. Para dar respuesta a estas necesidades, es posible, por ejemplo, elaborar panes enriquecidos con proteínas en polvo. En este caso, sin embargo, a fin de garantizar la eficacia de estos productos, es importante tener en cuenta el tamaño de las porciones, ya que las personas de mayor edad tienden a comer menos.

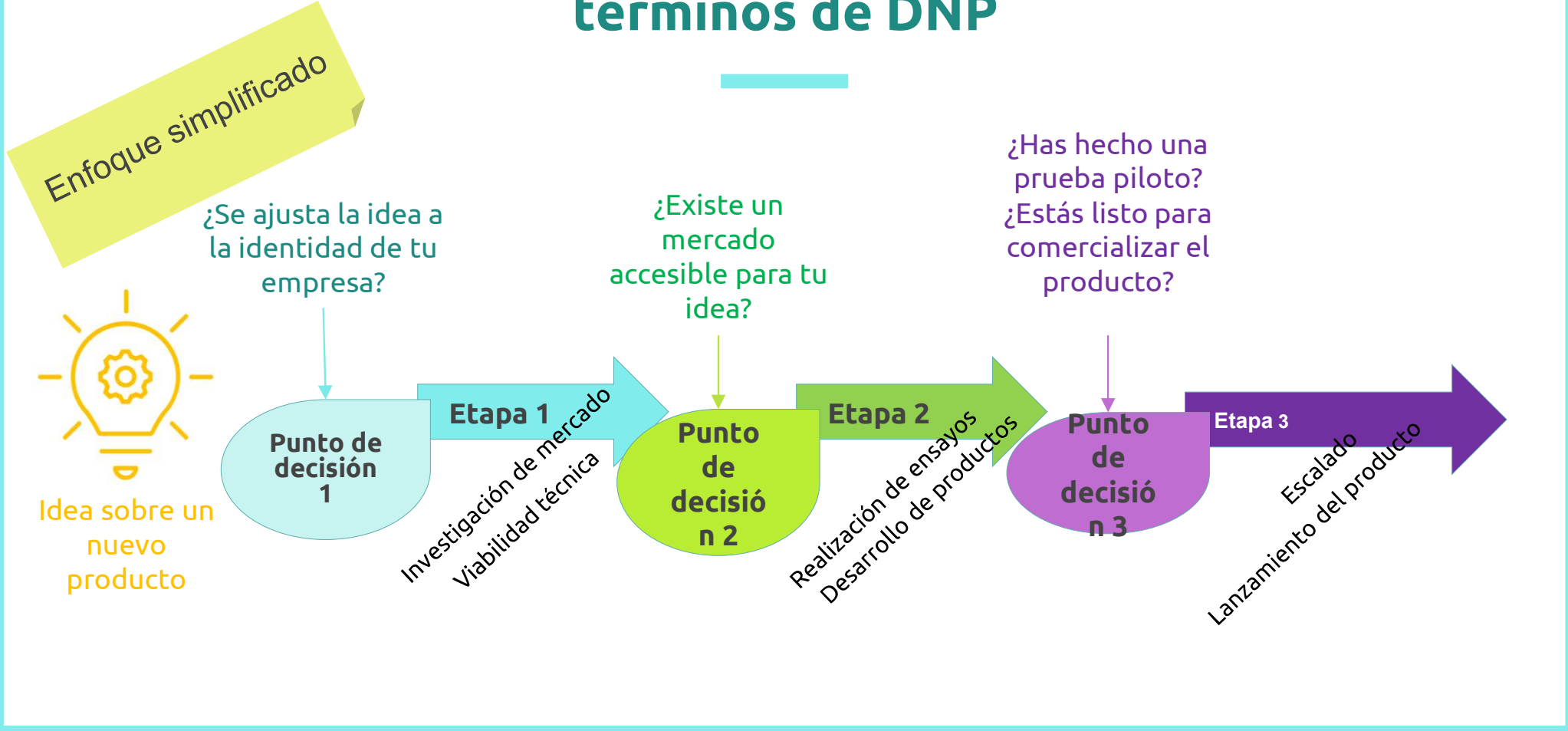


Durante el **embarazo** puede ser de gran ayuda consumir bebidas enriquecidas y tomar suplementos, ya que se ha constatado que las bebidas enriquecidas con diferentes micronutrientes reducen los déficits de los mismos, como sucede, por ejemplo, en el caso de la anemia y la carencia de hierro.

En los últimos años, ha aumentado tanto la innovación como la venta de **productos de origen vegetal**. No obstante, este tipo de dietas suelen provocar un déficit importante en un gran número de nutrientes. Esta carencia de nutrientes puede corregirse mediante el consumo de carne cultivada, productos alternativos a la leche, al huevo o al pescado y microalgas, todos ellos desarrollados gracias a innovaciones basadas en productos de origen vegetal.



Necesidad de disponer de procesos de innovación estructurados en términos de DNP



Necesidad de disponer de procesos de innovación estructurados en términos de DNP



- Un **proceso de innovación estructurado** permite a tu empresa crear una cultura de innovación continua a largo plazo y te ayuda a innovar de forma metódica.
- El hecho de establecer procesos y estructuras internas en la empresa fomenta la capacidad de innovación y la instauración de un sistema de gestión de la innovación independiente.
- La **estructura de innovación** debe:
 1. Ser **holística**: debe incluir la coordinación de procesos, métodos, estructura y cultura
 2. Estar **orientada al futuro** mediante la integración de las tendencias del mercado, la tecnología y los consumidores
 3. **Integrar a los usuarios**, implicando a los empleados, clientes y proveedores
- A fin de fomentar el crecimiento continuo, es aconsejable que las organizaciones programen **sesiones de generación de ideas creativas de forma regular**. Esta práctica contribuye a aumentar el éxito de los nuevos productos o servicios, ya que la organización adopta una **estrategia proactiva** en el proceso de desarrollo de nuevos productos.
- Consulta nuestros módulos formativos [P1-M4 Generación creativa de ideas](#) y [P1-M5 Cómo seleccionar las ideas brillantes](#) para obtener información sobre cómo crear y filtrar ideas.
- El hecho de implicar a miembros de diferentes departamentos puede aportar nuevos puntos de vista y perspectivas, y la formación interdisciplinar o la rotación entre departamentos puede contribuir a **acelerar los esfuerzos en innovación** al aumentar la **comprensión global del negocio**.

Necesidad de disponer de procesos de innovación estructurados en términos de DNP

Ventajas de un enfoque de innovación estructurado



Permite sistematizar la gestión de la innovación



Aumenta el éxito gracias a una mejor selección de los proyectos



Estimula la colaboración y la comunicación a nivel interno



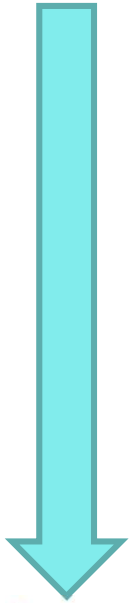
Permite utilizar los recursos de forma más eficaz



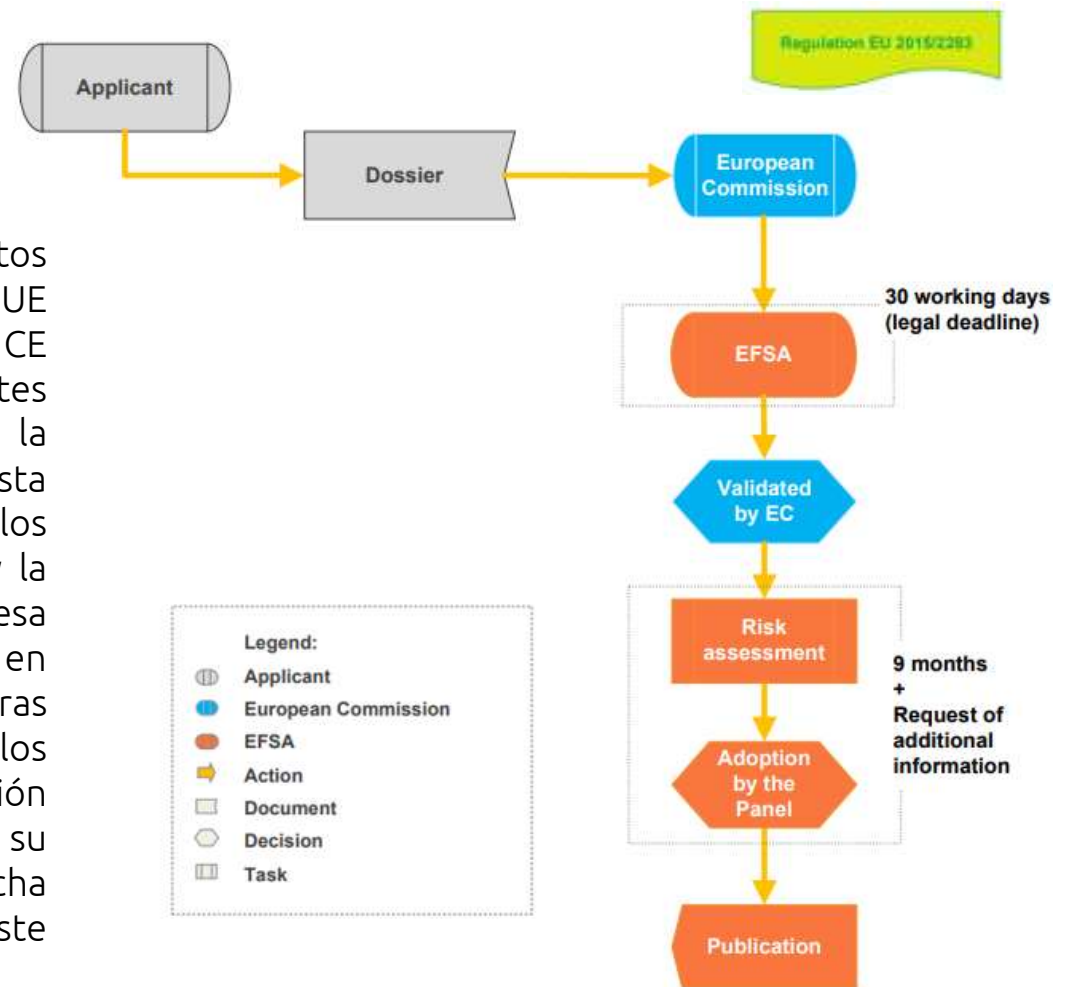
Reduce el tiempo de comercialización de las soluciones innovadoras

Evaluación de la seguridad de los nuevos productos

- Cualquier alimento que no se consumiera «significativamente» antes del mes de mayo de 1997 se considera un **nuevo alimento**.
- Esta categoría incluye a los **alimentos nuevos**, a los alimentos obtenidos a partir de **nuevas fuentes**, a las **nuevas sustancias** utilizadas en los alimentos, así como a las **nuevas formas y tecnologías** de producción de alimentos.
- Las empresas alimentarias solo pueden introducir un nuevo alimento en el mercado de la Unión Europea una vez la Comisión haya tramitado una solicitud de **autorización** en línea.
- Si se confirma la condición de nuevo alimento, el producto deberá someterse a una **evaluación de seguridad** antes de obtener la autorización. Este se evaluará y autorizará en virtud del **Reglamento (UE) 2015/2283 sobre nuevos alimentos** (encontrarás más información en la diapositiva que sigue a continuación).
- Si el nuevo alimento puede ejercer **algún tipo de efecto sobre la salud humana**, la Comisión solicitará a la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) que lleve a cabo una **evaluación de riesgos**.
- En caso de que el resultado de la evaluación de riesgos sea favorable, la Comisión presentará al Comité Permanente de Vegetales, Animales, Alimentos y Piensos un borrador de acto de ejecución por el que se autoriza su comercialización. Una vez que el acto reciba el voto positivo por parte del **Comité Permanente** y sea adoptado y publicado por la Comisión, el nuevo alimento podrá comercializarse legalmente en la Unión Europea.



* El proceso de autorización y el uso de nuevos alimentos e ingredientes alimentarios están armonizados en la UE desde 1997, año en el que se adoptó el Reglamento CE 258/1997 sobre nuevos alimentos e ingredientes alimentarios. En el año 2013, la Comisión presentó la propuesta de redactar un nuevo reglamento en esta materia, que finalmente culminó con el acuerdo de los legisladores el Parlamento Europeo y el Consejo y la creación del Reglamento UE 2015/2283. La empresa solicitante que desee comercializar un nuevo alimento en la UE deberá presentar una solicitud a la CE, la cual, tras comprobar su validez, la pondrá a disposición de los Estados miembros y encargará a la EFSA una evaluación científica (artículo 10). La Autoridad adoptará su dictamen en un plazo de nueve meses a partir de la fecha de recepción de una solicitud válida de la CE. Este procedimiento se aplica desde el 1 de enero de 2018.



Evaluación de la seguridad de los nuevos productos

Procedimiento de solicitud

- El solicitante debe preparar una solicitud estructurada correctamente para constatar la seguridad del nuevo alimento siguiendo las directrices de la EFSA.
- Al evaluar la seguridad, la EFSA tendrá en cuenta lo siguientes aspectos:
 - ✓ Si el nuevo alimento es igual de seguro que un alimento de una categoría de alimentos comparable ya existente en el mercado de la Unión Europea.
 - ✓ Si la composición del nuevo alimento y las condiciones en que se utilizará no suponen un riesgo de seguridad para la salud humana en la Unión Europea.
 - ✓ Si el nuevo alimento que pretende sustituir a otro alimento no difiere de este, de forma que su consumo normal no aporte menos beneficios desde el punto de vista nutricional para el consumidor.

Evaluación de la seguridad de los nuevos productos

Procedimiento de solicitud

- La EFSA lleva a cabo la evaluación de seguridad basándose en la información proporcionada por los solicitantes.
- Es necesario incluir la siguiente información:
 - ✓ Descripción del nuevo alimento
 - ✓ Proceso de producción
 - ✓ Información sobre su composición y propiedades nutricionales, toxicológicas y alergénicas
 - ✓ Especificaciones
 - ✓ Usos y niveles de uso propuestos
 - ✓ Ingesta prevista del nuevo alimento
- El solicitante también debe tener en cuenta otras secciones sobre el uso del nuevo alimento y/o su origen, absorción, distribución, metabolismo, excreción, información nutricional, información toxicológica y potencial alergénico.

Normativa sobre el etiquetado de productos saludables

- Los nuevos alimentos están sujetos a las **normas de etiquetado** establecidas en el Reglamento (CE) N.º 1169/2011
- Toda declaración nutricional y sobre salud incluida en un nuevo alimento o en cualquier receta reformulada debe cumplir los requisitos del Reglamento (CE) n.º 1924/2006 sobre declaraciones nutricionales y de salud, así como las enmiendas que establece el Reglamento (UE) n.º 1047/2012.
- Los nuevos productos de este tipo suelen incluir declaraciones de propiedades saludables como *bajo contenido en grasas, sin azúcares, alto contenido de proteínas, alto contenido de ácidos grasos omega-3*, etc. Las **declaraciones** que implican determinadas **propiedades nutricionales** beneficiosas deben incluir unas cantidades o porcentajes específicos de sólidos o líquidos para poder ser **utilizados de forma correcta**.
- En el caso de declaraciones específicas, como, por ejemplo, las que hacen referencia a un bajo contenido en sodio/sal en el agua, la reducción en la cantidad de determinados componentes (como los ácidos grasos trans), o que un determinado producto es una fuente de vitaminas y minerales, deben seguirse las **directivas adicionales** establecidas en el Reglamento (CE) n.º 1924/2006.
- Toda declaración que se haga en el etiquetado de un alimento en la Unión Europea debe ser clara, precisa y debe estar **basada en datos científicos**, lo que permite proteger a los consumidores, **fomentar la innovación y garantizar una competencia leal**.



* Fuente: AB Food Nutrition, Food Navigator, Freyr Solutions

*Declaraciones nutricionales: https://ec.europa.eu/food/safety/labelling-and-nutrition/nutrition-and-health-claims/nutrition-claims_en

Normativa sobre el etiquetado de productos saludables

*El proyecto AHFES está elaborando nuevos módulos de formación.

En el Programa 5 se impartirá un módulo completo sobre el etiquetado legal, que estará disponible en el sitio web del proyecto a principios de 2022:

<https://www.ahfesproject.com/training/>



3. Tendencias sociales y previsiones de las oportunidades de mercado

-
- Tendencias populares/mediáticas en materia de salud y alimentación
 - Tamaño de mercado, alcance actual y previsión para identificar posibles oportunidades

3. Tendencias sociales y previsiones de las oportunidades de mercado

El proyecto AHFES ha elaborado diversos informes que hemos utilizado para diseñar esta sección de la formación.

Si deseas obtener más información sobre los mismos, puedes consultarlos en la página web de AHFES accediendo a los siguientes enlaces.

E5.1- Análisis del consumidor,

E5.2 - Análisis del mercado: tendencias en innovación y oportunidades de mercado

E5.3 - Cómo armonizar las demandas de los consumidores, las oportunidades de mercado y las competencias y necesidades de las PYME;

Tendencias populares/mediáticas en materia de salud y alimentación (I)



- ✓ La demanda de los consumidores debe definir la evolución del mercado.
- ✓ Las empresas que se adapten a las demandas de los consumidores gozarán de un mayor éxito
- ✓ Es necesario escuchar a las consumidores: analizar los factores que pueden influir en sus preferencias, incluidos los factores sociales, económicos y culturales
- ✓ Estas preferencias cambian constantemente: ¡aprovecha las ventajas que te ofrece la innovación!
- ✓ Habla con los clientes y escúchalos: encuestas, muestras, adecuación del producto al mercado, ¿qué hará que los consumidores dejen de comprar un determinado producto?

Tendencias populares/mediáticas en materia de salud y alimentación (II)

En el informe E5.1 ([puedes leerlo aquí](#)), el proyecto AHFES ha identificado cuatro tendencias principales en relación al consumo de alimentos saludables:

(1) salud y bienestar, (2) comodidad, (3) sostenibilidad y (4) producción ecológica y alimentos naturales:



Estas tendencias indican que los consumidores actualmente otorgan una importancia mucho mayor a la **salud** que antes, hecho que se ha visto reforzado por la pandemia de la COVID-19 desde marzo de 2020.



Los consumidores desean consumir alimentos y bebidas más transparentes, saludables y **sostenibles**, pero que a la vez resulten **cómodos de preparar y consumir**.



Buscan **alimentos ecológicos y naturales**, así como nuevos sabores, ingredientes y técnicas culinarias que encajen en un estilo de vida saludable.



Estas tendencias sociales generan nuevas **oportunidades** de innovación en el sector de los alimentos y las bebidas saludables.

Tendencias populares/mediáticas en materia de salud y alimentación (III)

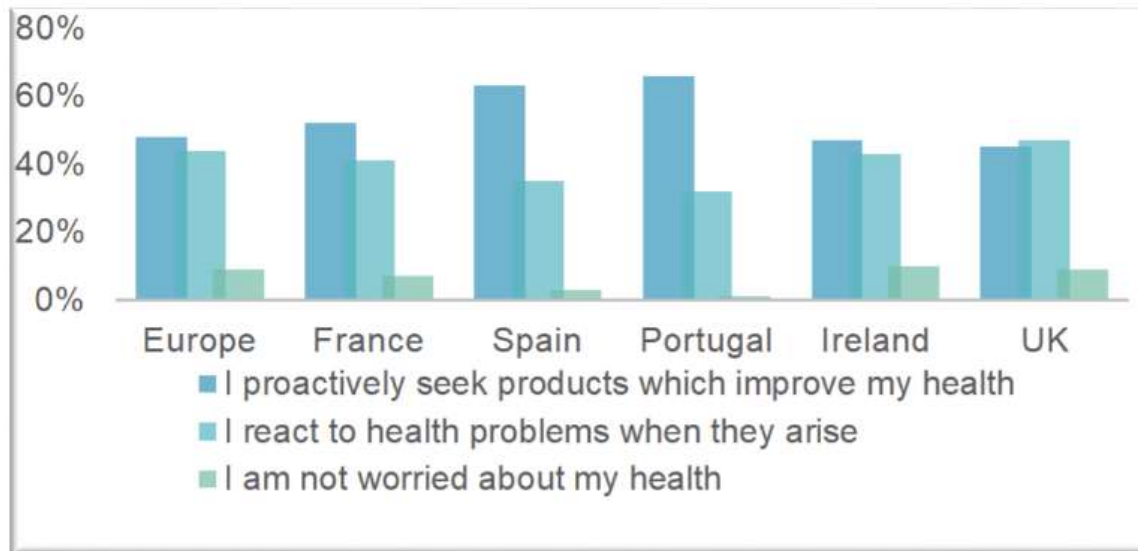
Salud y bienestar

- ✓ Los consumidores son cada vez más conscientes de que la alimentación influye en su salud, lo que se traduce en una mayor demanda de productos «beneficiosos para la salud» y de una nutrición personalizada.
- ✓ La dieta, la actividad física y los hábitos saludables son una tendencia común en todos los segmentos de edad.
- ✓ El grupo de edad de «más de 65 años» es un segmento muy exigente que busca productos que aporten beneficios a su salud.

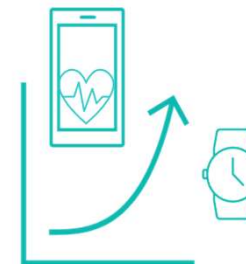


Tendencias populares/mediáticas en materia de salud y alimentación (IV)

 Salud y bienestar



Niveles de preocupación de los consumidores
(fuente: GlobalData2018Q4Consumer survey)



En los últimos años ha aumentado el uso de dispositivos digitales para controlar el peso y la actividad física realizada. Alrededor del 30 % de los consumidores de todo el mundo utilizan algún dispositivo para este fin. Este dato constata el aumento de la preocupación por la salud y la dieta entre la población. (Fuente: GlobalData TrendSights Overview: Health & Wellness)

Tendencias populares/mediáticas en materia de salud y alimentación (V)



Sostenible y cómodo

- ✓ El impacto que la producción y el consumo de alimentos tienen sobre el medio ambiente es un aspecto que preocupa cada vez más a los consumidores, hecho que se refleja en sus hábitos de consumo.
- ✓ El estilo de vida «ajetreado» que predomina actualmente en nuestra sociedad provoca que los consumidores deseen reducir el tiempo y el esfuerzo dedicado a cocinar, por lo que optan por productos fáciles de preparar e, incluso, por reducir el tiempo que dedican a la compra de alimentos.
- ✓ La sostenibilidad y la comodidad suelen estar reñidas entre sí: lograr que un producto satisfaga ambas exigencias es un gran reto en el sector de los alimentos y las bebidas saludables, pero, sin lugar a dudas, también es la fórmula del éxito.



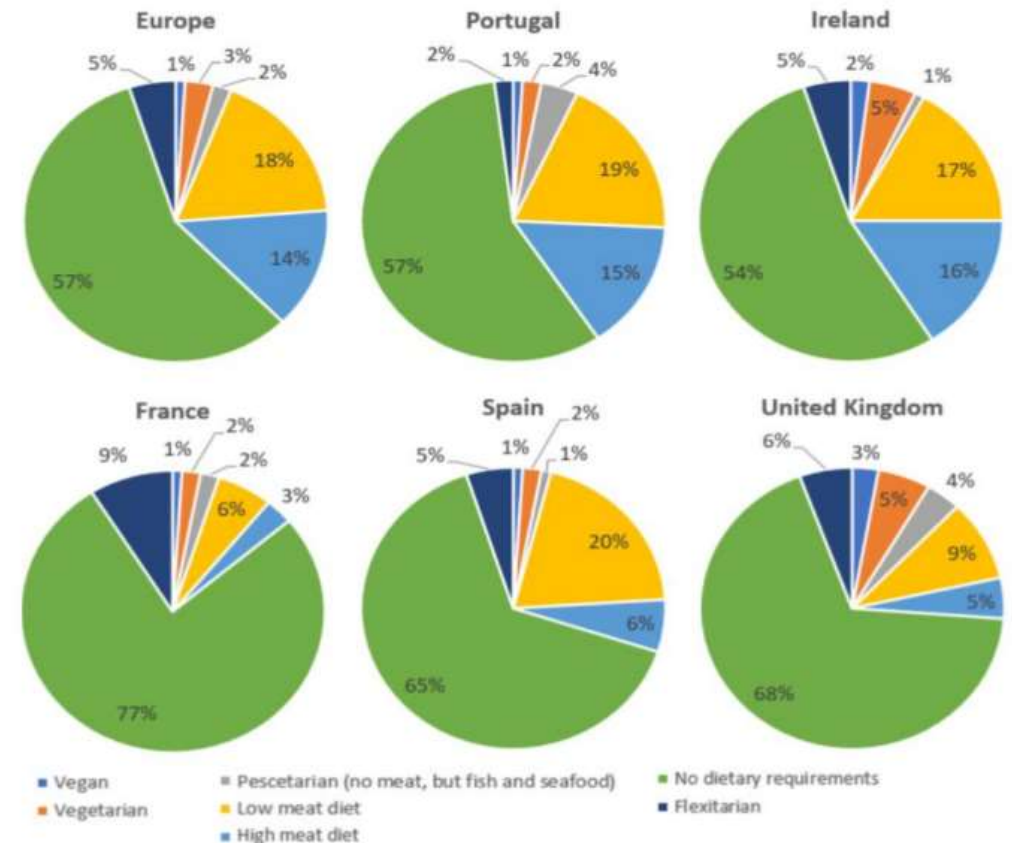
Tendencias populares/mediáticas en materia de salud y alimentación (VI)



Sostenible y cómodo

- ✓ También se observa cada vez más que los consumidores desean que los alimentos y bebidas que consumen estén acorde con sus objetivos personales nutricionales o éticos.
- ✓ Hoy en día, los consumidores son más conscientes de la sostenibilidad de su dieta: *Una dieta «sostenible» se define como una dieta de bajo impacto ambiental que contribuye a garantizar la seguridad alimentaria, nutricional y sanitaria de las generaciones venideras**.
- ✓ Las dietas basadas en productos de origen vegetal ejercen un menor impacto medioambiental, pero el número de consumidores que siguen exclusivamente una dieta de este tipo todavía es muy bajo:

Segmentación de la dieta por país AA:



*Fresán, U., & Sabaté, J. (2019). Vegetarian Diets: Planetary Health and its Alignment with Human Health. *Advances in Nutrition*, 10, S380–S388. <https://doi.org/10.1093/advances/nmz01>

Tendencias populares/mediáticas en materia de salud y alimentación (VII)

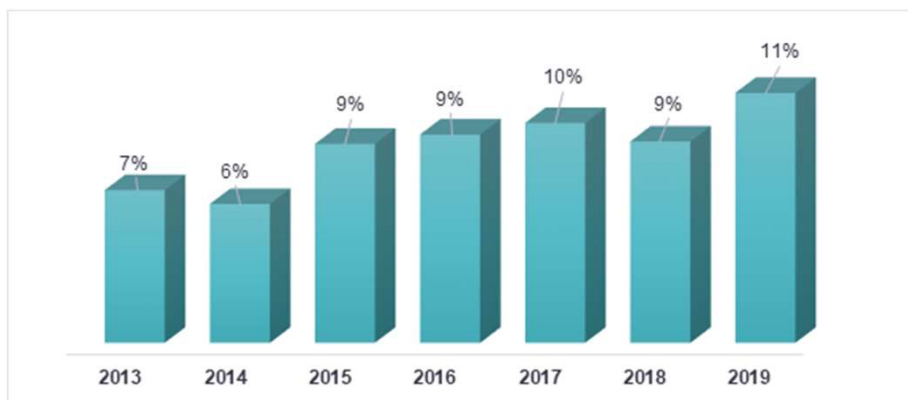


Sostenible y **cómodo**

Cómodo

Menos esfuerzo: ahorro de tiempo y de energía física.

Producción de las comidas en el hogar (planificación de lo que se va a comer, compra, preparación y consumo).



Importance of food convenience to the consumer
(fuente: The NPD Group/National Eating Trends®, 12ME Feb. 2019)

La comodidad es una tendencia que ha cobrado fuerza en los últimos años.

Los millennials están cada vez más interesados en productos de alta calidad.

El ajetreado estilo de vida actual hace pensar que esta tendencia seguirá aumentando en el futuro.

Tendencias populares/mediáticas en materia de salud y alimentación (VIII)



Ecológico y natural

- ✓ El valor nutricional, la seguridad alimentaria y los problemas medioambientales son los aspectos que más preocupan a los consumidores.
- ✓ En el año 2017, el mercado de productos ecológicos superó los 37 000 millones de euros en Europa, lo que representa un aumento del casi el 11 %. España cuenta con el mayor sector de alimentos ecológicos de Europa.
- ✓ El consumo de alimentos no procesados, o poco procesados, junto con los productos ecológicos/naturales representa una sólida tendencia al alza que las empresas de alimentos y bebidas saludables deben tener en cuenta.



Tendencias populares/mediáticas en materia de salud y alimentación (IX)



Ecológico y natural

Ecológico

frente
a

natural

- ✓ Los consumidores no siempre distinguen entre «natural» y «ecológico», pero las empresas deben diferenciar estos conceptos y utilizar la terminología correcta en cada ocasión.
- ✓ El 35 % de los consumidores de todo el mundo considera que estas dos tendencias son equivalentes.
- ✓ En cuanto a **los alimentos ecológicos**, el Reglamento n.º 834/2007 establece que los alimentos pueden etiquetarse como «ecológicos» si al menos el 15 % de sus ingredientes agrícolas son ecológicos: no se han utilizado herbicidas, productos químicos, pesticidas bajos, fertilizantes artificiales, etc. en su producción.
- ✓ **Natural no significa ecológico.** Este término se emplea en mayor medida en los cosméticos y significa que se producen con ingredientes que provienen de plantas, flores, minerales que se encuentran en la naturaleza, sin ingredientes petroquímicos y no han sido testados en animales.

Tendencias populares/mediáticas en materia de salud y alimentación (X)

Otras tendencias específicas del mercado de alimentos y bebidas saludables

- ✓ Se ha observado un crecimiento de los alimentos envasados a nivel mundial: en el año 2019, China ocupaba el primer puesto del *ranking*
- ✓ Reducción del consumo de carne: flexitarianismo: tendencia que consiste en comer carne o pescado de forma ocasional
- ✓ Snackification (snackficación): tendencia que consiste en flexibilizar el horario de las comidas, es decir, en comer cuando se desee, en cualquier momento, en cualquier lugar, sobre la marcha
- ✓ Clientes aventureros: desean probar nuevos sabores, recetas auténticas de la gastronomía mundial



Tendencias populares/mediáticas en materia de salud y alimentación (XI)

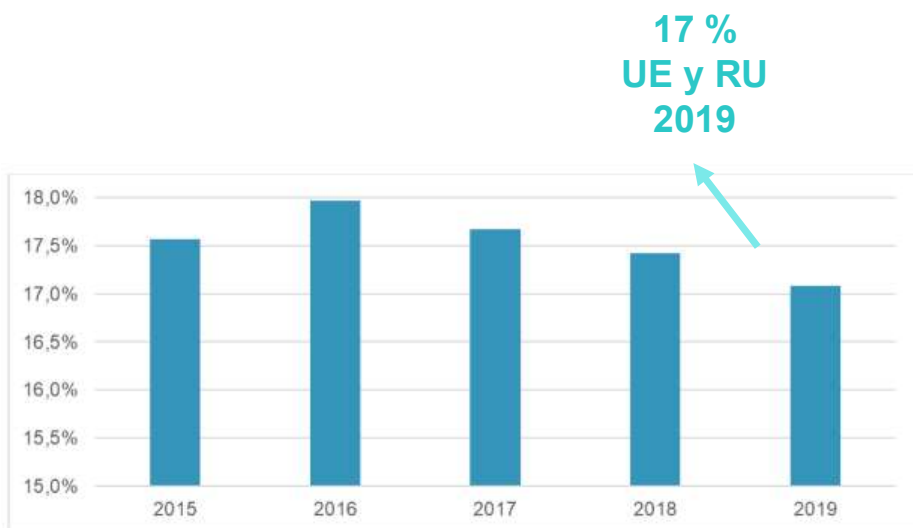
En los siguientes enlaces encontrarás más información y *trending topics* sobre un estilo de vida y alimentación saludables:

- Las 5 principales tendencias de la industria agroalimentaria en 2021: [EIT FOOD](#)
- Las 10 principales tendencias de la industria agroalimentaria en 2021: [IFT foundation](#)
- El futuro de la alimentación y la agricultura: Tendencias y retos: [FAO.ORG](#)

Tamaño de mercado, alcance actual y previsión para identificar posibles oportunidades

En el año 2019, el 17 % de los nuevos productos alimentarios comercializados incluían un atributo saludable.

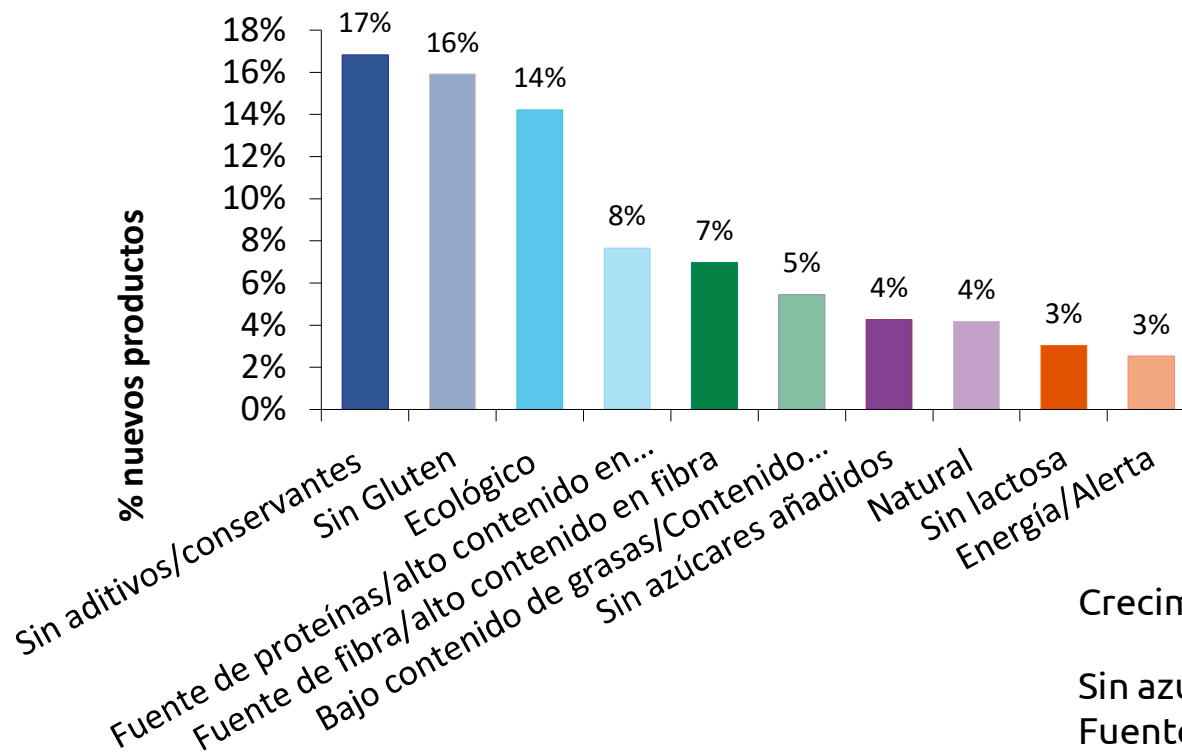
Esta tasa ha ido disminuyendo en comparación con años anteriores, a pesar de las nuevas tendencias relacionadas con la salud.



Tamaño de mercado, alcance actual y previsión para identificar posibles oportunidades

- Declaraciones de salud en los países que participan en el proyecto

AUEEC



La inclusión de declaraciones sobre la salud en los alimentos es una tendencia en aumento y son unas de las declaraciones más populares de los nuevos productos (como, por ejemplo, las relacionadas con un alto contenido o la reducción de un determinado ingrediente). Algunos ejemplos de ello son, por ejemplo «menos azúcar» o «alto contenido en proteínas/fuente de proteínas», que han experimentado un crecimiento del 11 % durante el período 2016-2020.

Crecimiento relevante (2016-2020):

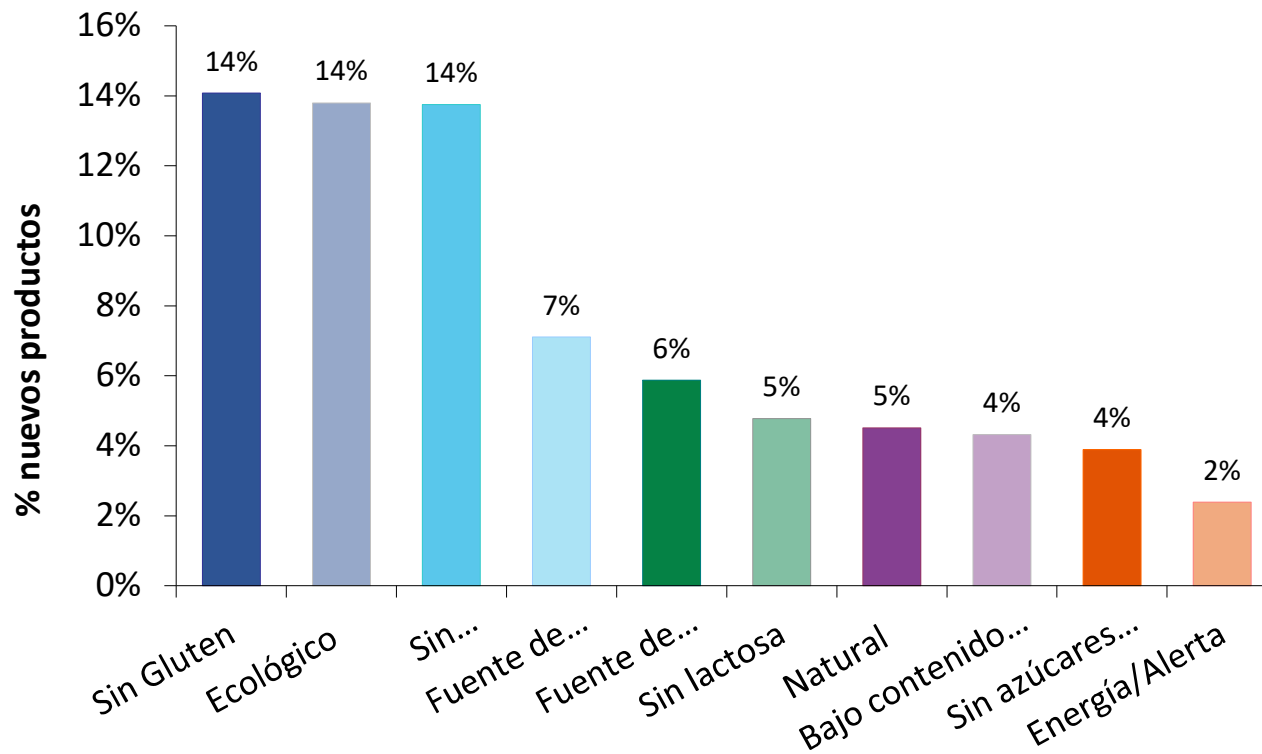
Sin azúcares añadidos: 11 %

Fuente de proteínas/alto contenido en proteínas: 11 %

Fuente de fibra/alto contenido en fibra: 8 %

Tamaño del mercado, alcance actual y previsión para identificar oportunidades

- Declaraciones de salud en países de Europa -



Crecimiento relevante (2016-2020):

Sin azúcares añadidos: 18%

Fuente de proteínas/alto contenido en proteínas: 14%

Fuente de fibra/alto contenido en fibra: 9%

Tamaño de mercado, alcance actual y previsión para identificar posibles oportunidades

- El aumento de la prevalencia de las enfermedades crónicas ha conllevado que los consumidores se decanten por el **consumo de alimentos más saludables**.
- Asimismo, el creciente interés de los consumidores y una mayor comprensión sobre cómo una dieta adecuada puede **mejorar la inmunidad** son algunos de los factores clave que impulsan el crecimiento del consumo de alimentos más saludables en Europa.
- Las previsiones para el período 2020-2024 indican que el 32 % del crecimiento de este mercado se producirá en Europa . **El Reino Unido y Francia son los mercados clave** para los alimentos relacionados con la salud y bienestar en Europa.
- En Europa, se prevé que Alemania crezca a una tasa de crecimiento anual de aproximadamente el 3 %, mientras que el mercado correspondiente al «Resto de Europa» alcanzará los 186 500 millones de dólares en el mercado mundial de alimentos para la salud y el bienestar en el año 2027.

Technavio - <https://www.prnewswire.com/news-releases/global-health-and-wellness-food-market-2020-2024--drivers-restraints-opportunities-and-threats--technavio-301287265.html>

StrategyR - <https://www.strategyr.com/market-report-health-and-wellness-foods-forecasts-global-industry-analysts-inc.asp>

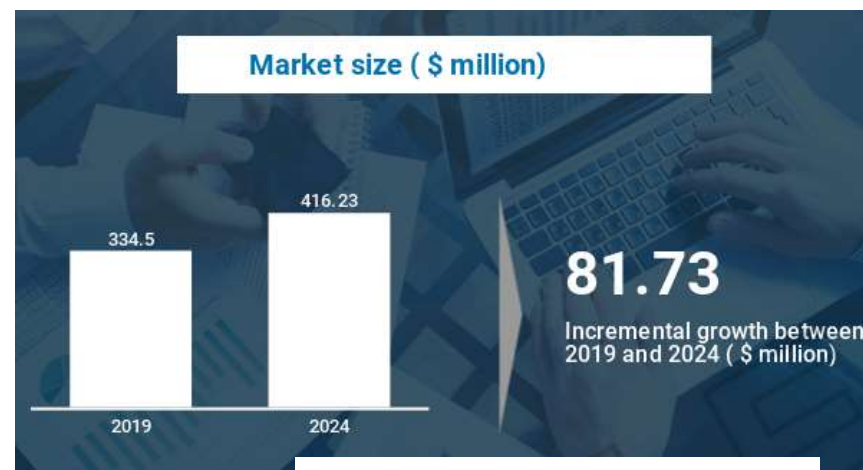
Intrado - <https://www.globenewswire.com/news-release/2020/10/01/2101979/0/en/Global-Health-and-Wellness-Foods-Industry.html>

Tamaño de mercado, alcance actual y previsión para identificar posibles oportunidades

GROWTH & FORECAST

The health and wellness food market is concentrated with few players.

The market growth is expected to change if the market structure changes due to industry consolidation or if some vendors exit the market. Technavio analysts estimate the market to grow at a CAGR of 8.40% till 2024. During the forecast period, the market will show an accelerating growth of \$338.95 billion.



KEY COUNTRIES

Based on the analysis of various regions and their contribution to the global market, we estimate that US, UK, China, France and Japan will have the highest revenue share globally. These countries are expected to remain the largest markets for health and wellness food.



4. Marco de políticas públicas

- Objetivo de los organismos responsables de la salud pública en la UE - Objetivos globales en materia de nutrición y alimentación
- Introducción a las principales iniciativas y políticas públicas llevadas a cabo en los países AA

Objetivo de los organismos responsables de la salud pública

Garantizar el acceso a una alimentación adecuada y apropiada

Garantizar que se dan las condiciones adecuadas para que la población pueda alcanzar una salud nutricional óptima

Funciones del Comité de Salud Pública



Realizar un seguimiento del estado de salud de la población para identificar los problemas de salud de la comunidad



Diagnosticar e investigar problemas relacionados con la salud



Informar, educar y formar a las personas en materia de salud



Mobilizar a las asociaciones comunitarias para identificar y resolver los problemas relacionados con la salud



Desarrollar políticas y planes que respalden los esfuerzos en materia de salud tanto individuales como comunitarios



Aplicar las leyes y reglamentos que protegen la salud y garantizan la seguridad

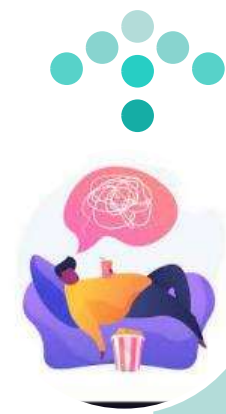


Evaluar la eficacia, la accesibilidad y la calidad de los servicios de salud pública personales y poblacionales



Investigar para obtener nuevos conocimientos y perspectivas y desarrollar soluciones innovadoras para hacer frente a los problemas de salud

Objetivos globales importantes en materia de nutrición y dieta: 2025



Reducir en un 10 % la inactividad física



Lograr un aumento del 0 % en la prevalencia de la diabetes y la obesidad



Objetivos globales importantes en materia de nutrición y dieta: 2025



Preventing malnutrition in all its forms



Acabar con todas las formas de malnutrición

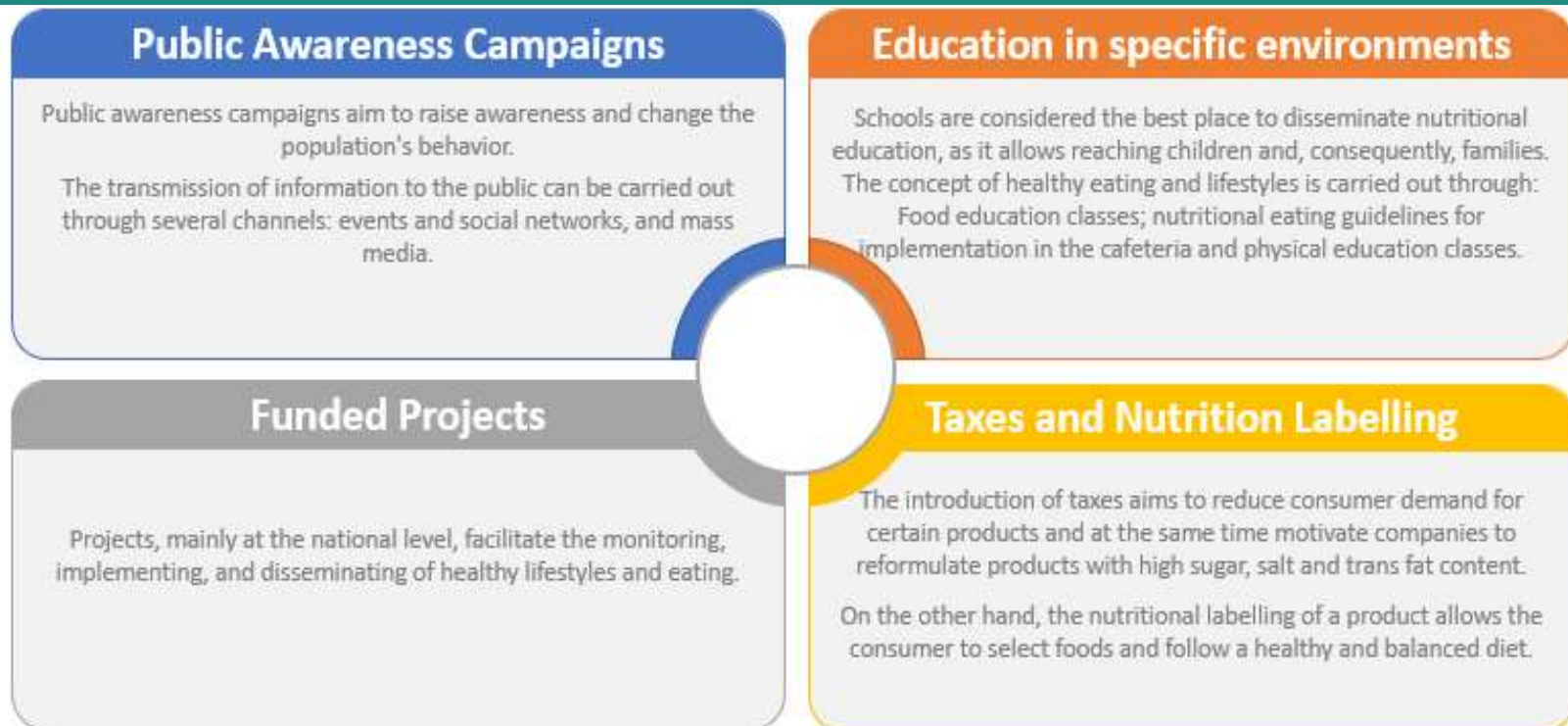


No aumentar el sobrepeso infantil



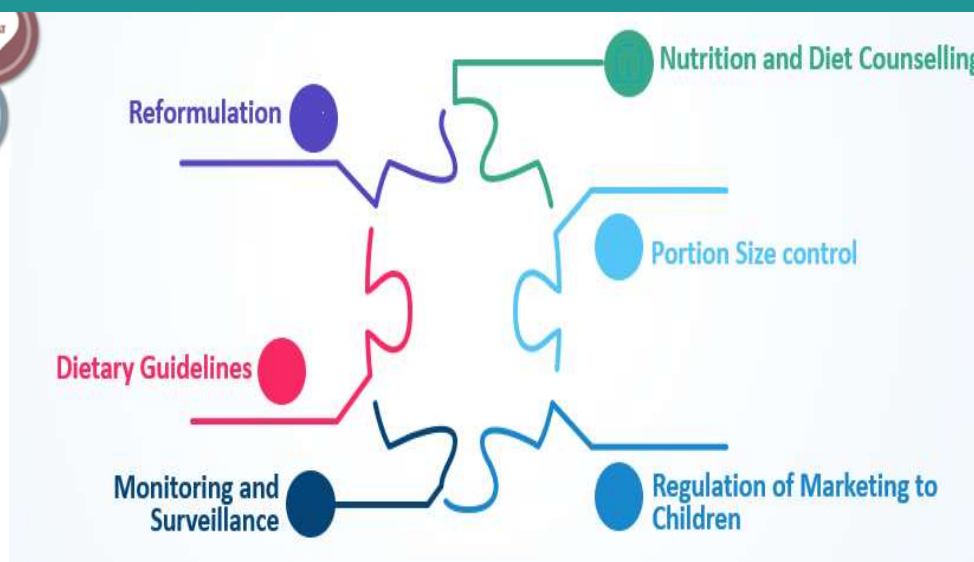
Reformas y estructuras de apoyo a una alimentación y un estilo de vida saludables

Se han llevado a cabo diversas reformas y se han creado estructuras de apoyo para aumentar la concienciación de los consumidores, dado el carácter complementario y multicomplementario de las estrategias y políticas relativas a una alimentación y a un estilo de vida saludables.



Programas y políticas para promover una alimentación y un estilo de vida saludables

Todos los países AA han creado y puesto en práctica planes de salud de ámbito nacional basados en los objetivos del Plan de Acción de la OMS.



Estas **medidas y políticas** se **adaptan** al contexto de cada país, teniendo en cuenta **los aspectos culturales y la legislación vigentes** en cada uno de ellos. (Informe E3.3 del Proyecto AHFES)

Iniciativas públicas de los países AA - España (I)

El Ministerio de Sanidad español es el responsable de gestionar las iniciativas de promoción de hábitos saludables de ámbito nacional a través de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN). Las principales iniciativas iniciadas en este sentido son:



Héroes en tu plato

Iniciativa de ámbito nacional que tiene por objetivo luchar contra la obesidad infantil y que promueve una dieta saludable que incluya una mayor cantidad de frutas y verduras en las comidas de los más pequeños. Señala los beneficios que aporta cada fruta y verdura mediante juegos e información fácil de entender.



#Azúcar, te dejo

Iniciativa de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición para promover una reducción del consumo de azúcar. La campaña se dirige tanto a los jóvenes como a los adultos, ya que en España el 37 % de la población adulta presenta sobrepeso.



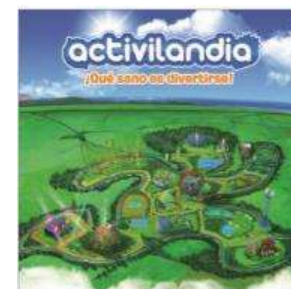
Estrategia NAOS

Desde el 2005, la Estrategia NAOS se centra en la nutrición, la actividad física y la prevención de la obesidad.

Esta estrategia cuenta con el respaldo de la ley 17/2011 del 5 de julio, de seguridad alimentaria y nutrición.

Se dirige principalmente a los jóvenes y a los niños y tiene por objetivo promover una dieta y unos hábitos saludables.

El lema de la campaña es «¡Come sano y muévete!». Reúne decenas de iniciativas de sensibilización y colabora con las autonomías españolas en su promoción.



Activiland

Iniciativa de carácter lúdico dirigida a niños de 6 a 12 años de edad diseñada como un parque temático virtual con juegos, concursos y material descargable.

Promueve la alimentación sana, el deporte, la actividad y los hábitos seguros para los niños. Es una iniciativa promovida por el Ministerio de Sanidad español.



Código PAOS

Código de corregulación que tiene como objetivo evitar una excesiva presión publicitaria sobre los niños, así como mejorar la calidad y el contenido de todo tipo de anuncios de alimentos y bebidas dirigidos a los menores.

Establece un conjunto de normas éticas que guían a las empresas en el desarrollo, ejecución y difusión de sus mensajes publicitarios sobre alimentos y bebidas.

Iniciativas públicas de los países AA - Portugal (II)



Estrategia integral para la promoción de una alimentación saludable:

Estrategia que tiene por objetivo mejorar los hábitos de consumo aumentando la ingesta de alimentos más saludables y mejorar el estado nutricional de la población portuguesa. Sigue las recomendaciones de la OMS en relación a poner en práctica un enfoque integral que «incluya la salud en todas las políticas llevadas a cabo» y forma parte de uno de los ejes estratégicos del Plan Nacional de Salud, en especial, del eje de Salud Pública.



Plan nacional de consumo de fruta en las escuelas

Iniciativa que tiene como objetivo promover unos hábitos alimentarios saludables introduciendo o reforzando los hábitos alimentarios adecuados entre los más pequeños y divulgándolos también así al resto de la población.

La estrategia está reforzada por los programas de distribución gratuita de leche y fruta financiados por la Unión Europea.



Red portuguesa de ciudades saludables

Promueve una política y una planificación global y sistemática en materia de salud y hace hincapié en la necesidad de abordar la desigualdad en materia de salud y pobreza, centrándose en las necesidades de los grupos vulnerables.

Otros:

Regulación de la publicidad dirigida a los niños

El código de publicidad de alimentos y bebidas del HFSS introdujo modificaciones en los anuncios que pueden verse en la televisión y en los medios audiovisuales entre los 30 minutos anteriores y posteriores a los programas infantiles y programas de televisión.

Reformulación

Existe un protocolo aplicado por un grupo de asociaciones de la industria alimentaria que tiene por objetivo reducir el contenido en sal, grasa y azúcar de los alimentos.

Tasas

Los productos con un alto contenido en sal, grasas o azúcar están gravados con impuestos especiales.

Iniciativas públicas de los países AA - Francia (III)

Las numerosas políticas en materia de salud pública que ha puesto en práctica Francia constatan que alimentarse de forma saludable es una de las principales preocupaciones en este país.

A continuación se incluyen algunos ejemplos de sus propuestas:



Promoción del Nutriscore:

Ante el verdadero reto que supone la calidad de la alimentación y el equilibrio nutricional de las poblaciones para la salud pública, la French School of Public Health de Francia (EHESP), se ha unido a la comunidad científica europea para fomentar el uso de un etiquetado eficaz validado científicamente que permita a los ciudadanos adoptar un papel activo respecto a propia salud.



Programa Malin:

Garantizar una alimentación saludable para los bebés es un factor fundamental para su desarrollo sano y equilibrado. El programa Malin apoya a las familias con bajos ingresos para que puedan proporcionar una alimentación sana y equilibrada a sus bebés. El plan, que se ha puesto en práctica en 14 departamentos desde el año 2012, se ha ampliado ahora a toda Francia.



Mejora de la restauración colectiva con la inclusión de un 50 % de productos ecológicos, sostenibles y de calidad para 2022:

En enero de 2022, las comidas servidas en los servicios de restauración colectiva de Francia deberán contener un 50 % de alimentos sostenibles, y un mínimo del 20 % de los cuales debe proceder de la agricultura ecológica.

Así lo prevé el artículo 24 de la denominada ley EGalim de 30 de octubre de 2018.



Práctica de deporte por prescripción médica:

La prescripción de actividad física adaptada a cada persona aumenta de forma drástica la cantidad real de deporte que practican los pacientes. En Francia, el INSERM recomendó esta práctica a principios del año 2019. En Francia, desde el 1 de marzo de 2017, los médicos pueden recetar la práctica de deporte a sus pacientes si estos padecen una enfermedad crónica u obesidad.



Desayuno gratuito en la escuela:

Aprender a comer de forma saludable es un componente esencial en el aprendizaje de los niños en la escuela. Desde el mes de marzo de 2019, el gobierno francés ofrece desayunos gratuitos en escuelas de zonas prioritarias y a las familias más desfavorecidas socialmente. Este importante apoyo a las familias más desfavorecidas contribuye a disminuir las desigualdades.

Iniciativas públicas de los países AA - Gales (IV)

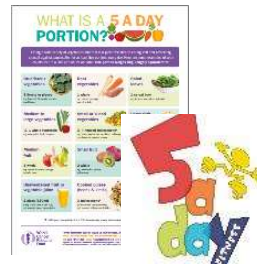
En el Reino Unido, la gestión de la salud pública está descentralizada, por lo que tanto por el gobierno galés como el británico pueden elaborar iniciativas para mejorar la salud pública y promover estilos de vida saludables. Asimismo, un gran número de organizaciones benéficas, ONG y minoristas mantienen una actitud muy activa en relación a esta problemática y facilitan información a la ciudadanía. Algunas de estas iniciativas son, por ejemplo:



Change4Life del NHS en Gales e Inglaterra tiene como objetivo garantizar que los padres dispongan del apoyo y las herramientas esenciales necesarias para tomar decisiones más saludables para sus familias.



La guía **Eatwell Guide** es un recurso ampliamente utilizado por los organismos públicos, las organizaciones benéficas (como, por ejemplo, Age UK), y los minoristas, para asesorar a los ciudadanos del Reino Unido sobre los componentes de una dieta saludable y sirve de base para diversas políticas, como por ejemplo, en relación a la comida que se ofrece en las escuelas galesas.



La campaña **5 a Day** que tiene como objetivo aumentar el consumo de frutas y hortalizas cuenta con un gran respaldo por parte de organizaciones públicas y privadas y se incluye asimismo en los productos y las iniciativas de marketing de los supermercados. 5 A Day TV ofrece recursos en inglés, galés, español y francés en YouTube.



Un gran número de **organizaciones benéficas**, como por ejemplo, Diabetes UK y la British Heart Foundation ofrecen consejos específicos a los consumidores que desean evitar o deben convivir con determinadas enfermedades. Supermercados como Sainsbury's y Asda también mantienen una actitud proactiva a la hora de fomentar una alimentación saludable entre los consumidores.



Otras iniciativas promovidas por el gobierno, las autoridades locales y organizaciones benéficas como Allergy UK y la Anaphylaxis Campaign se centran en aumentar la **concienciación sobre las alergias alimentarias** y se dirigen tanto a las personas alérgicas, como a las escuelas y los fabricantes.



El **Gobierno de Gales** se ha comprometido a crear «un País de Gales más sano», en el que la alimentación y la dieta son elementos claves para lograrlo. Este tipo de iniciativas también estimula los programas de investigación públicos, académicos y de las ONG, como, por ejemplo, el informe Food for the future publicado el mes de febrero de 2021, y A Welsh Food System Fit For Future Generations.

Iniciativas públicas de los países AA - Irlanda (V)

El Healthy Eating and Active Living Programme (Programa para una alimentación saludable y una vida activa) es un programa prioritario de Healthy Ireland, una iniciativa impulsada por el gobierno que tiene por objetivo que la ciudadanía irlandesa pueda disfrutar de una salud física y mental óptimas, así como que el bienestar se valore y respalde en todos los niveles de la sociedad. Las principales iniciativas relacionadas con una alimentación saludable son:



The Childhood Obesity Surveillance Initiative (COSI) in the Republic of Ireland

La iniciativa Healthy Food for Life (Una alimentación saludable para toda la vida) se dirige a la población mayor de cinco años y detalla las recomendaciones del gobierno irlandés sobre una alimentación saludable y una dieta equilibrada.

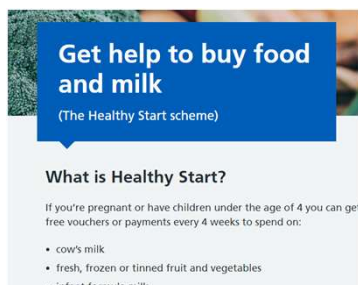
En base a un enfoque coherente en datos científicos ofrece recomendaciones sobre cómo seguir una dieta saludable.

Iniciativa de control de la obesidad infantil - HSE.ie

Se trata de un sistema de seguimiento población de grupos de edad similares con métodos estandarizados de control e investigación para luchar frente a la obesidad infantil.

Iniciativas públicas de los países AA - Irlanda del Norte (VI)

En el Reino Unido, la gestión de la salud pública está descentralizada, por lo que tanto por el gobierno irlandés como el británico pueden elaborar iniciativas para mejorar la salud pública y promover estilos de vida saludables



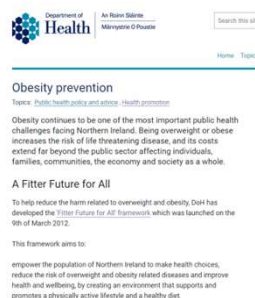
Get help to buy food and milk
(The Healthy Start scheme)

What is Healthy Start?

If you're pregnant or have children under the age of 4 you can get free vouchers or payments every 4 weeks to spend on:

- cow's milk
- fresh, frozen or tinned fruit and vegetables
- infant formula milk

Healthy Start (Un inicio saludable) es un programa del Reino Unido que ofrece una red de seguridad nutricional a las mujeres embarazadas y a los niños menores de cuatro años de familias con bajos ingresos que reciben determinadas prestaciones o créditos fiscales



Department of Health
An Roinn Sláinte
Ministero O'Fhealt

Obesity prevention

Obesity continues to be one of the most important public health challenges facing Northern Ireland. Being overweight or obese increases the risk of life threatening disease, and its costs extend far beyond the public sector affecting individuals, families, communities, the economy and society as a whole.

A Fitter Future for All

To help reduce the harm related to overweight and obesity, DHH has developed the **Fitter Future for All** framework, which was launched on the 9th of March 2012.

This framework aims to:

- empower the population of Northern Ireland to make health choices, reduce the risk of overweight and obesity related diseases and improve health and wellbeing, by creating an environment that supports and promotes a physically active lifestyle and a healthy diet.

A Fitter Future for All (Un futuro más saludable para todos)

Iniciativa que tiene por objetivo reducir los problemas asociados al sobrepeso y la obesidad, empoderando a la población de Irlanda del Norte para que tome las decisiones adecuadas en materia de salud, creando un entorno que apoye y promueva un estilo de vida físicamente activo y una dieta saludable.




The essential guide

School food

School food **The essential guide.** **(Alimentación en la escuela. Guía básica)**

Este recurso se ha elaborado con el objetivo de respaldar el programa de alimentación escolar: las mejores notas en IN. Su objetivo es proporcionar la inspiración y el asesoramiento práctico para fomentar y poner en práctica una alimentación y un consumo más saludables en las escuelas primarias y secundarias de Irlanda del Norte.



Health Alliance
Connecting & Inspiring Communities

Funding Available for Remote Healthy Eating Projects

Funding	Other funders	Scheme Provider	The Community Food Initiatives (CFI)
MA & Support information	Other funders	Level of support available	up to a maximum of £1,200*
Funding Type	Funding Categories	Type of initiative funded	The Community Food Initiatives (CFI) is a healthy eating programme funded by Safefood. The programme runs over a three-year cycle and its purpose is to provide people with the knowledge and skills to provide healthy food options for themselves and their families.
Children & Young People	Children & Young People	Community Referrals	Safefood is providing funding to community organisations to deliver healthy eating projects to participants in their own homes.
Community Referrals	Community Referrals	Development Quality of Life	https://www.communifood.com/news/funding-available-remote-healthy-eating-projects

The Community Food Initiatives, CFI (Iniciativas Alimentarias Comunitarias) es un programa de alimentación saludable financiado por Safefood. Tiene una duración de tres años y su objetivo es dotar a la población de los conocimientos y habilidades necesarios para que sepan cómo escoger las opciones de alimentación más saludables.



Esperamos que hayas encontrado en este módulo de formación un apoyo útil y práctico para tu innovación en alimentos y bebidas saludables.

Este módulo de formación forma parte de una serie de oportunidades de formación, organizadas en programas de formación temáticos para apoyar a las pymes (pequeñas y medianas empresas) en las regiones participantes de Gales, Irlanda del Norte, Irlanda, España, Portugal y Francia, para comercializar con éxito productos alimenticios y bebidas saludables nuevos y reformulados en el mercado.

Esta formación ha sido elaborada por los socios dentro del proyecto AHFES, que es un ecosistema de alimentos saludables de la cuádruple hélice (administración pública, universidad, empresa privada y ciudadanía) del espacio atlántico para el crecimiento de las pymes financiado por la Unión Europea en el marco del Programa de financiación de Interreg Espacio Atlántico.

Este programa promueve la cooperación transnacional entre 36 regiones atlánticas de 5 países europeos, y cofinancia proyectos de cooperación en los campos de Innovación y Competitividad, Eficiencia de Recursos, Gestión de Riesgos Territoriales, Biodiversidad y Activos Naturales y Culturales.

Para obtener más información sobre otras formaciones disponibles [haz clic aquí](#).



Este proyecto está cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional a través del Programa Espacio Atlántico Interreg

SOCIOS



Reconocimientos

La plantilla de presentación ha sido elaborada por [Slidesgo](#)

Iconos por [Flaticon](#)

Imágenes e infografías de [Freepik](#), [Pixabay](#) y [Shutterstock](#).