



# La industria alimentaria se adapta al estilo 'healthy'

## EL SECTOR DE LA ALIMENTACIÓN REDEFINE SUS PROPUESTAS PARA RESPONDER A LA CRECIENTE DEMANDA DE PRODUCTOS SALUDABLES

### SALUD&VIDA

Tofu, *tempeh*, ensaladas de legumbres, bebidas elaboradas a base de soja, *snacks* y aperitivos de fruta troceada o envases biodegradables son cada vez más habituales en los estantes de comercios y supermercados. Y es que los consumidores quieren comer cada vez más sano.

Según el informe *Healthy Food and Brands*, impulsado por Google, un 74% de los hogares españoles considera importante llevar una dieta sana, mientras que un 62% de los encuestados que siente interés por esa dieta no la sigue por necesidad. De hecho, las búsquedas sobre alimentación saludable en Internet crecen dos veces más rápido que las de comida en general. Pero además de comer equilibrado, los consumidores *healthy* también exigen que los productos que compran sean sostenibles con el medio ambiente. Conocer las preferencias y expectativas del público resulta esencial para la industria alimentaria. Supone para el sector la oportunidad de adaptarse a las demandas reales del mercado actual y anticiparse a las del mercado futuro para afinar más en el proceso de lanzamiento de nuevos productos.

### DIFERENTES ESTRATEGIAS

Bajo esta premisa, en los últimos tiempos, las empresas del sector alimentario, que abarcan desde la elaboración, transformación y preparación hasta la conservación y el

envasado de los alimentos, surten el mercado con propuestas más saludables. Y lo hacen con estrategias diferentes. Mientras algunas marcas incorporan nuevos productos a sus portafolios, otras optan por cambiar los ingredientes y las presentaciones. Las hay que compran marcas posicionadas como naturales, otras rediseñan su tipografía y su *packaging* para reforzar la ausencia de ingredientes artificiales en sus productos y algunas apuestan por clarificar la información nutricional que incluyen sus etiquetados.

### MÁS INNOVACIÓN

La escuela de negocios EAE Business School, en su estudio *Alimentación Saludable*, liderado por la profesora Irene Vilà, indica que la innovación en este tipo de produc-

tos ha presentado un crecimiento superior al 10%. Un ejemplo lo encontramos en las bebidas refrescantes: las referencias más saludables ya representan casi el 50% del total de consumo de refrescos de cola. «Del total de sus 280 referencias, Coca-Cola ofrece 125 que son sin azúcar añadido, *light* o *zero*, lo que supone un 44% de su oferta», detalla el estudio. En las marcas de alimentación se sigue la misma tendencia de reducir el azúcar en sus productos, y también la sal, a través de la reformulación de sus productos, como Nestlé. «El Pozo, por ejemplo, investiga para desarrollar productos cárnicos formulados con probióticos [ya ha lanzado un salchichón], en colaboración con la Universidad de Granada y a través del proyecto Avanza-S, que impulsa el Gobierno», revela el informe. El camino ya está trazado.

### ETIQUETAS MÁS CLARAS

**7 de cada 10 consumidores consulta el etiquetado de los productos siempre o casi siempre, según el último estudio monográfico del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, lo que indica que cada vez nos fijamos más en los ingredientes de los alimentos para decidir cuál comprar. Por eso, las empresas deben virar hacia etiquetados más transparentes. El "Nutriscore", o "Etiquetado Nutricional Frontal", se está implementando en España y pretende facilitarnos la identificación de los alimentos más sanos a nuestra disposición. También se están desarrollando innovaciones como las "etiquetas inteligentes", que nos avisarían cuando los productos ya no sean aptos para su consumo alimentario.**

Seguimos realizando el **Servicio Odontológico a Domicilio** en residencias de mayores y de personas afectadas por discapacidad



#### Cero contacto

Disponemos de un servicio innovador *cero contacto* para reparación de prótesis dentales rotas **en menos de 48 horas**.

#### Kit de prevención Covid-19

Mascarilla quirúrgica, gel hidroalcohólico y toallitas alcohólicas para que el paciente pueda **higienizarse y desinfectarse** antes de la actividad domiciliaria.

#### CSA Supply, División de venta

Suministro de productos EPIS con proveedores españoles y gestión de la importación. Somos proveedor del **Market Place d'Acció**.

#### Consultoría de servicios

Incorporamos inteligencia artificial para dar respuesta a las **residencias de la tercera edad** de los servicios que se ofrecen.

#### CSA Formación

Formación bonificable por la FUNDAE para cuidadores, personas mayores y dependientes. **Presencial, a distancia on line, teleformación** y en su forma más actual, el **aula virtual**.