Restauracióncolectiva
El portal de referencia para los profesionales del sector

Más de cinco millones de españoles se identifican con la opción flexitariana

Miércoles, 25 de mayo 2016

Según datos del *III Observatorio Nestlé sobre hábitos nutricionales y estilos de vida de las familias*, el 'flexitarianismo' es tendencia. El 17% de la población se identifica con esa opción dado su consumo ocasional de carne y pescado. Se destaca también que aunque un 1% de la población es celíaca, hasta un 6% consume productos sin gluten; un 41% de los encuestados cree que evitar la lactosa permite una digestión más ligera; y aumenta el consumo de lo 'verde' y productos ecológicos.

Con motivo del Día de la Nutrición, celebrado el pasado 28 de mayo, se presentaron los resultados del *III Observatorio Nestlé sobre hábitos nutricionales y estilos de vida de las familias*, con el objetivo de dar a conocer la evolución de los hábitos de alimentación y nutrición en nuestro país, y detectar las nuevas tendencias en este ámbito. *"Sólo conociendo la demanda de los consumidores podemos dar respuesta a las nuevas necesidades nutricionales que van apareciendo. Nuestro compromiso, desde hace 150 años, es contribuir a mejorar la calidad de vida de las familias con alimentos sabrosos y saludables"*, declaró **Neus Martínez**, directora de Comunicación de Nestlé España, quien presentó el acto celebrado en la sede de la compañía.

Por su parte, **Jesús Contreras**, catedrático de Antropología Social de la Universidad de Barcelona y director del Observatorio de la Alimentación (ODELA) del Parque Científico de Barcelona, fue el encargado de describir la evolución de la alimentación en los últimos 150 años, mencionando los grandes cambios que ésta ha experimentado. Desde un punto de vista antropológico, Contreras hizo un recorrido por la evolución de los hábitos alimentarios desde mediados del siglo XIX, pasando por la consolidación de la industria alimentaria en la primera mitad del siglo XX y el cambio de ritmo que supusieron los movimientos migratorios del campo a la ciudad de los años 60 hasta llegar a la actualidad. Entre otros datos curiosos, explicó que *"aunque actualmente se dedican 17 minutos más a la semana a las tareas domésticas, precisamente el tiempo que se invierte en la cocina ha disminuido hasta en tres horas semanales"*.

Por otro lado, **Anabel Aragón**, responsable de Nutrición y Salud de Nestlé España, expuso los resultados de estudios llevados a cabo por el departamento de Estudios de Mercado de Nestlé y el instituto IPSOS. Los resultados se han obtenido a través de tres estudios realizados, entre septiembre de 2015 y abril de 2016, en los que han participado más de 1.000 hombres y mujeres mayores de 16 años en cada caso.

Tendencias en alimentación

En esta edición, el *III Observatorio Nestlé sobre hábitos nutricionales y estilos de vida de las familias* se ha focalizado en las nuevas tendencias en el ámbito de la alimentación y la nutrición. Al finalizar el estudio se han extraído las siguientes conclusiones:

– Flexitarianismo, una opción en auge. En el último año, un 43% de los españoles ha reducido el consumo de carne roja o ni siquiera la ha probado. De ellos, un 29%, es decir más de once millones de personas, ha reducido la ingesta de carne roja y un 14% adicional afirma no haberla comido. Las mujeres (un 34% más que los hombres) y los mayores de 50 años (concretamente, cuatro de cada diez) son los perfiles que más han reducido su ingesta. El 17% de la población se identifica con la opción flexitariana, es decir, que sigue una dieta basada en el consumo de verduras, frutas, legumbres y cereales fundamentalmente, con la inclusión de carne y pescado de forma ocasional.

La tendencia de sustituir ocasionalmente proteínas de origen animal por proteínas de origen vegetal nació en Estados Unidos como una iniciativa que pretendía concienciar sobre el impacto de la alimentación en la sostenibilidad del planeta. Ahora esta corriente ha llegado a nuestro país y a la preocupación sobre el impacto medioambiental se suman nuevas inquietudes relacionadas con la salud.

–Sin Gluten. Un 1% de la población está diagnosticada como celíaca o intolerante al gluten, aunque se estima que un 75% de los afectados está aún sin diagnosticar. A pesar del bajo porcentaje de diagnosticados, un 6% de los entrevistados ha declarado seguir

de forma frecuente una dieta sin gluten. Es especialmente remarcable, por tanto, que la gran mayoría de los consumidores de productos sin gluten los consumen por diferentes motivos, distintos a la prescripción médica.

Este auge tiene su origen, en primer lugar, en el fuerte condicionamiento en la organización de los menús de las familias de las personas intolerantes a estas proteínas. Además, el aumento tiene relación con que una parte de los españoles asocia los alimentos sin gluten con un menor contenido de calorías (15%) o con la facilidad de perder peso (11%), aunque no haya evidencias científicas que lo demuestren.

– Productos sin lactosa. Hay un elevado grado de confusión respecto a los beneficios de los productos sin lactosa por parte de los españoles, como por ejemplo asociarlos con un menor contenido en calorías (18%), creer que ayudan a reducir el colesterol (17%) o que son aptos para diabéticos (24%).

El aumento de esta tendencia ha disparado el consumo de alternativas a la leche como el de las llamadas comúnmente ‘leches vegetales’ (de soja, arroz, avena, almendras…). El 44% de los españoles ha probado este tipo de productos en el último año y, de éstos, la mitad ha empezado a consumirlos o ha aumentado su frecuencia de consumo en los últimos 12 meses.

– El origen de los alimentos. En los últimos años, se han multiplicado los lanzamientos de productos con apelaciones a su origen. Los alimentos locales o de proximidad gozan de una mayor percepción de naturalidad, autenticidad, seguridad y confianza. El 70% de los españoles ha consumido productos de Km 0 en el último año. Es especialmente destacable que casi tres millones de ellos hayan empezado a consumir este tipo de alimentos en los últimos 12 meses.

Los productos orgánicos o ecológicos ya no son exclusivos de tiendas especializadas y su creciente demanda hace que cada vez sea más fácil encontrarlos en los lineales de las grandes superficies. Los productos ecológicos u orgánicos han estado presentes este año en la mesa de más de 25 millones de españoles. Este consumo es muy similar entre hombres y mujeres, y en todos los rangos de edad.

– Lo verde está de moda. Aunque actualmente todavía hay 2,5 millones de españoles que no consumen verdura o fruta, el Observatorio Nestlé ha identificado que uno de cada tres españoles ha aumentado el consumo de fruta mientras que dos de cada cinco han incrementado la ingesta de verdura en los últimos doce meses.

Probablemente, los *green smoothies*, zumos o licuados a base de fruta y verdura, han contribuido a esta realidad. El consumo de estos ‘zumos verdes’, un concepto importado de Estados Unidos, está cada vez más instaurado en nuestro país. Sus consumidores los perciben como saludables y depurativos, y en estas propiedades reside, en gran parte, el secreto de su éxito.