

TENDENCIAS FUTURAS EN ALIMENTACIÓN:

Azucena Gracia - Unidad de Economía Agroalimentaria y de los Recursos Naturales (CITA)

Instituto Agroalimentario de Aragón – IA2
(CITA-Universidad de Zaragoza)

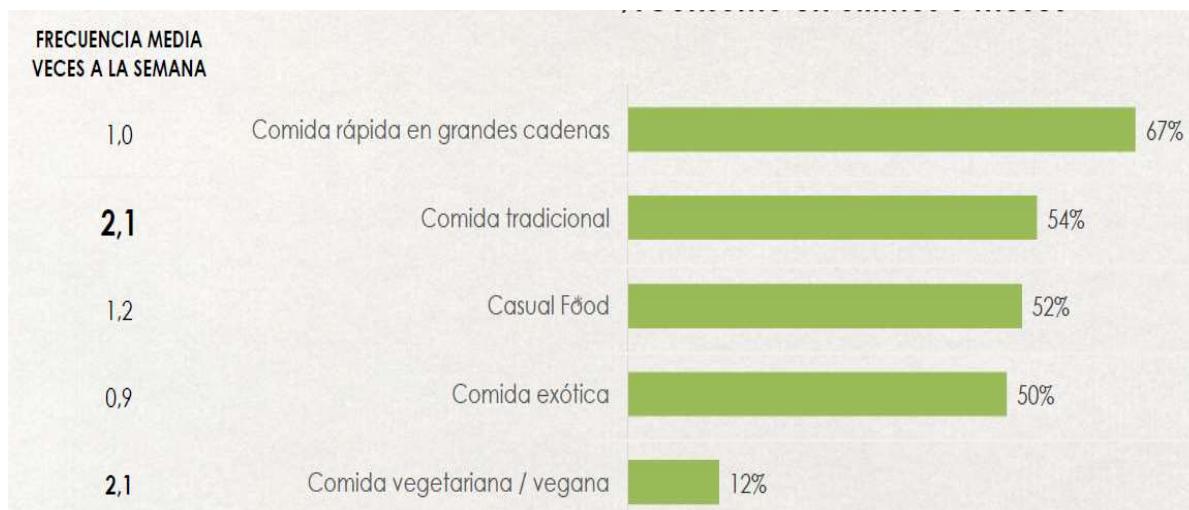


- **Tendencias generales en alimentación: pre-covid + confinamiento + Futuro incierto??**
 - **¿Qué se puede decir sobre la alimentación en la restauración?**
 - **Alimentación saludable**
- **Más proteínas vegetales y menos animales: ¿una revolución?**
- **Más y mayor frecuencia de consumo de frutas, verduras y legumbres**

- **VUELTA A LA COMIDA TRADICIONAL**, aunque se incorporan nuevos alimentos o ingredientes de origen asiático (kimchi (vegetal fermentado coreano), africano (harina de teff),...
- **Preferencias por los ALIMENTOS SOSTENIBLES Y LOCALES** (productos de proximidad, de temporada, de la tierra,...).
- **Búsqueda de una ALIMENTACIÓN MÁS SALUDABLE** (superalimentos, alimentos fermentados, “comida real”, mayor consumo alimentos frescos y frutas, verduras y legumbres, menos consumo de azúcares refinados, más proteínas (vegetales *versus* animales), ...).

- Se realizan más ingestas y más situaciones de consumo a lo largo del día.
- Aumenta el interés por los alimentos saludables: se consolida la tendencia.
- Sin embargo, se sienten más indulgentes, se dan algún capricho.
- Se compran más productos de proximidad.
- Se cocina más en casa y se buscan más productos para cocinar.
- Se pide menos comida a domicilio que antes (en el confinamiento) y se gastará menos.
- Se gastará menos en comer fuera del hogar.
- Empezarán a llevarse comida propia al trabajo en lugar de salir fuera.

1. Consumir fuera del hogar será, sobre todo, un evento social.
 - Comida y cenas de fin de semana principalmente con la pareja y amigos.
2. El consumo de comida tradicional es más frecuente.
3. Aunque, la “casual food” y la comida exótica aumenta su importancia.



*Casual food: cocina de calidad pero informal, como tapas, hamburguesas y sándwiches, ensaladas, etc. No incluye cadenas de comida rápida)

Las dos tendencias generales en alimentación (alimentos saludables y sostenibles) se confirman en la restauración.

1. Alimentos saludables

- 48% afirman fijarse más en que la comida sea saludable
- 41% consideran que “la comida que ofrezca el restaurante sea saludable y equilibrada” es importante a la hora de elegir un establecimiento, casi tanto como que lo recomienden los amigos (46%)

2. Alimentos sostenibles

- Es importante en la elección de un establecimiento que éste tenga una política activa en sostenibilidad y medioambiente
 - La gestión de residuos
 - Utilización de materiales reciclables
 - Utilización de productos de proximidad

La sostenibilidad seguirá siendo un aspecto muy importante en la alimentación



Será importante **reducir los envases de los productos para evitar el exceso de plásticos**



Compraré más **productos de proximidad**



Buscaré comprar más **productos sostenibles**

Sin embargo, bajo consumo de productos ecológicos porque los consideran caros

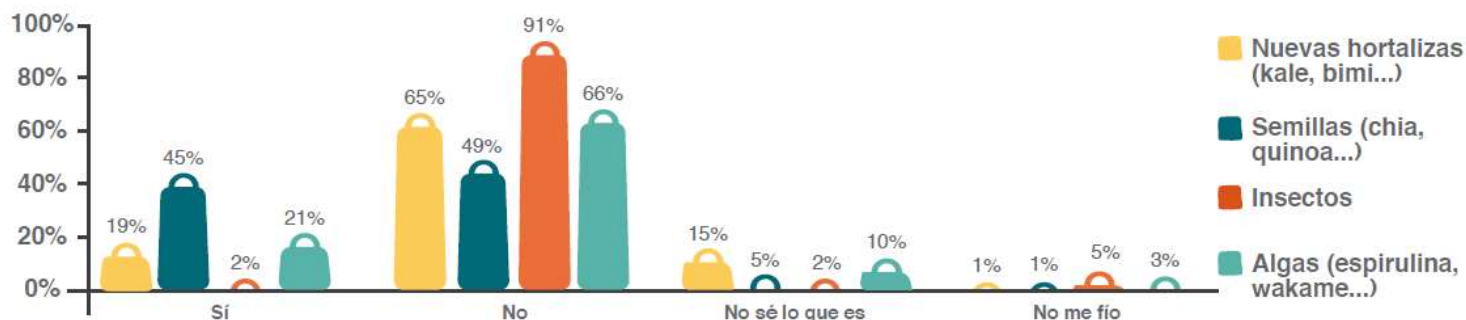


P11.- ¿Compra o ha comprado productos biológicos, ecológicos, orgánicos, ?

Búsqueda de una ALIMENTACIÓN MÁS SALUDABLE

1. Nuevos alimentos

1. Semillas: chia o quinoa o, más actuales, mijo, fonio
2. Algas comestibles: espirulina, wakame,..
3. Nuevas hortalizas: kale, bimi, ...



P12.- ¿Compra o ha comprado alguno de estos "nuevos alimentos"?

Búsqueda de una ALIMENTACIÓN MÁS SALUDABLE

1. Nuevos alimentos

4. Productos fermentados: Kimchi, Kombucha,..



5. Nuevas harinas: teff, frutas (plátano, coco, chufa), verduras (coliflor), chufa



6. Nuevos azúcares: reducción de frutas (granadas, coco o dátiles), cereales (sorgo) o tubérculos (batata)



Búsqueda de una ALIMENTACIÓN MÁS SALUDABLE

2. Cambios en la alimentación

- Mayor consumo de productos frescos
- Mayor consumo de “comida real”, mínimamente procesada
- Menor consumo de azúcar refinado sustituido por los nuevos azúcares
- Menor consumo de carbohidratos (dieta keto)
- Menor consumo de alcohol y bebidas azucaradas, sustituido por batidos naturales (batido con colágeno), cócteles sin alcohol.

Existe una maquina que reduce el alcohol de 14 a 8 grados en 5 minutos

Búsqueda de una ALIMENTACIÓN MÁS SALUDABLE

2. Cambios en la alimentación

- Más proteínas vegetales y menos animales
- Aumenta el consumo y la frecuencia de consumo de frutas, verduras y legumbres

P31.- ¿Con qué frecuencia consume usted los siguientes alimentos?

PERECEDEROS	DIARIO	2-3 VECES SEMANA	1 VEZ SEMANA	1 VEZ CADA 15 DIAS	1 VEZ MES	NUNCA
CARNE	11%	68%	15%	3%	1%	2%
PESCADO	8%	61%	25%	3%	1%	2%
CHARCUTERIA	13%	46%	25%	7%	4%	5%
VERDURA	56%	37%	6%	1%	0%	0%
FRUTA	77%	17%	4%	1%	1%	0%
NO PERECEDEROS	DIARIO	2-3 VECES SEMANA	1 VEZ SEMANA	1 VEZ CADA 15 DIAS	1 VEZ MES	NUNCA
LEGUMBRES	6%	52%	35%	5%	2%	0%

Más proteínas vegetales y menos animales

Mantequillas vegetales

De frutos secos (almendras, cacahuètes, anacardos, nueces o nueces de macadamia) y semillas de Sandía o calabaza.



Pescados y mariscos vegetales: Elaborados a partir de algas y proteínas vegetales de origen sostenible

Langostinos 'veggie' elaborado con harina de Konjac (tubérculo asiático, casi 100% fibra).

Atún vegetariano elaborado con guisante, soja, garbanzo, lenteja, habas y judías y **algas**.



Huevos vegetales: Elaborados con frijol mungo, una leguminosa cultivada en Asia, que contiene ácido fólico, zinc, magnesio y numerosas vitaminas.



Más proteínas vegetales y menos proteínas animales

Queso vegano

Elaborada con aceite de coco, vitamina B12, calcio



Pollo y bacon: todo el sabor y la textura de la carne de pollo y del bacon, sin utilizar proteína animal solo vegetal. Elaborado con aceite de soja, proteína de soja texturizada, proteína de trigo, almidón de trigo,--



Más proteínas vegetales y menos proteínas animales

- **Hamburguesas vegetales sin carne** utilizando tofu, garbanzos, espinacas, kale, lentejas, berenjenas, etc.



Carne sin carne

- **Hamburguesas sin carne que imitan la carne de vacuno en textura y sabor**
- Beyond Burger (Beyond meat)
- Next level Burger (LIDL)



Aumenta el consumo y la frecuencia de consumo de frutas, verduras y legumbres

Consumo de fruta fresca en el hogar

- Consumo per cápita de los tipos de fruta fresca

	Consumo per cápita (kg)	
	2018	2019
T.FRUTAS FRESCAS	90,8	90,9
CITRICOS	25,5	24,7
EXOTICAS	17,7	18,2
FRUTA DE PEPITA	16,4	16,1
FRUTAS CON HUESO	8,3	8,2
FRUTOS ROJOS	2,7	3,0
MELONES Y SANDIAS	15,5	15,9
OTRAS FRUTAS	4,7	4,8

Aumenta el consumo y la frecuencia de consumo de frutas, verduras y legumbres

Consumo de legumbres en el hogar • Consumo per cápita de los tipos de legumbres

	Consumo per cápita (kg)	
	2018	2019
LEGUMBRES	3,21	3,34
LEGUMBRES SECAS	1,61	1,61
LEGUMBRES COCIDAS	1,60	1,73

	Consumo per cápita	
	2018	2019
LEGUMBRES	3,21	3,34
GARBANZOS	1,30	1,39
ALUBIAS	0,91	0,94
LENTEJAS	0,97	0,98
OTRAS LEGUMBRES	0,03	0,04

Aumenta el consumo y la frecuencia de consumo de frutas, verduras y legumbres

Consumo per cápita de fruta fresca en la restauración: ha disminuido un 33%

Fruta Ing.

	Año 2018	Año 2019
Fruta Ing.	0,78	0,53
Fruta Fresca Ing	0,76	0,51
.Mermeladas Ing.	0,02	0,02

Volumen (Millones de consumiciones)

Volumen (Millones de kilos/litros)

% Penetración (población 15-75 años)

Frecuencia (actos de consumo)

Consumo medio (consumiciones por consumidor)

Consumo por acto (consumiciones)

Consumo per cápita (kilos/litros por individuo)

Consumo extradomestico de frutas en 2019	% Variación 2019 vs. 2018
113,89	-26,4%
18,12	-30,9%
37,71	-0,9
4,68	-31,2%
8,90	-25,5%
1,90	8,0%
0,53	-31,6%

Aumenta el consumo y la frecuencia de consumo de frutas, verduras y legumbres

Consumo de legumbres en la restauración

Volumen (Millones de consumiciones)

Volumen (Millones de kilos/litros)

% Penetración (población 15-75 años)

Frecuencia (actos de consumo)

Consumo medio (consumiciones por consumidor)

Consumo por acto (consumiciones)

Consumo per cápita (kilos/litros por individuo)

Consumo extradomestico de legumbres en 2019	% Variación 2019 vs. 2018
32,30	-12,1%
3,14	-12,6%
21,87	0,2
2,96	-13,2%
4,35	-13,9%
1,47	-0,7%
0,09	-13,5%

- **Hortalizas y legumbres Tradicionales de Teruel: caracterización, evaluación y valorización Hortal_TE.** Proyecto FITE. Estudio consumidores Judía de Muniesa.
- Proyecto de Cooperación **“Fruta valle del Manubles: calidad y tradición”** del Programa de Desarrollo Rural de Aragón 2014-2020.
<https://youtu.be/kTqiYZeW1fY>
- Proyecto de Cooperación **“Estrategia para la promoción y el uso de leguminosas autóctonas para alimentación humana y animal”** del Programa de Desarrollo Rural de Aragón 2014-2020.

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

Azucena Gracia - Unidad de Economía Agroalimentaria y de los Recursos Naturales (CITA)

Instituto Agroalimentario de Aragón – IA2
(CITA-Universidad de Zaragoza)

