

BIO LIFE: Oportunidades de Negocio en el Campo de la Alimentación para la Tercera Edad



Índice

1. Introducción	3
2. Relevancia de la tercera edad en la sociedad: un nicho de población en aumento	5
2.1. Situación actual y proyección de crecimiento en Asturias.....	5
2.2. Comparativa en el marco territorial BIO LIFE.....	9
3. Caracterización básica de la población de mediana y avanzada edad.....	11
3.1. Análisis de partida: Información preliminar.....	11
3.2. Análisis en clave BIO LIFE	13
3.2.1. Caracterización básica de los encuestados.....	13
3.2.2. Conclusiones en cuanto a hábitos relacionados con la alimentación	14
4. Ámbitos de actuación en cuanto a necesidades relacionadas con la alimentación para la población de mediana y avanzada edad.	19
4.1. Productos	19
4.1.1. Ámbito de la nutrición.....	19
4.1.2. Ámbito de la usabilidad	25
4.2. Servicios.....	34
4.2.1. Accesibilidad y dependencia en áreas rurales.....	35
4.2.2. Alimentación sana a través de la integración social.....	35
4.2.3. Concienciación y obra social.....	36
4.3. Otros ámbitos de actuación.	36
5. De la idea al mercado: impacto en la economía regional.	38
5.1. Oferta científica.....	38
5.2. Oferta tecnológica y de innovación.....	40
5.3. Infraestructuras de soporte a la innovación.	40
6. Conclusiones.....	43
7. Bibliografía.....	45

1. Introducción

Es un hecho contrastado que la media de edad en Europa sufrirá cambios en la próximas décadas, incrementándose de manera significativa; según datos de las Naciones Unidas, en el año 2050, aproximadamente un 34% de la población europea tendrá una edad por encima de los 60 años. Esta previsión implica una serie de desafíos, relacionados con la capacidad de la sociedad para asegurar de manera sostenible el bienestar de una población que en el futuro tendrá una proporción de personas mayores ostensiblemente mayor que la actual, con problemáticas tan relevantes como el aseguramiento del cuidado de la salud, o una adecuada alimentación en dichos rangos de edad.

Bajo este contexto, **el proyecto europeo BIO LIFE (Business Innovation Opportunities: Life Improvement and Food for Elderly) dirige sus esfuerzos a detectar, intercambiar y expandir buenas prácticas en lo relativo a la alimentación de la población de edad avanzada**, con el claro objetivo de que a través de dichos esfuerzos sea posible promover y mejorar el surgimiento de ideas y nuevos desarrollos en torno a la alimentación para mayores, entre los diversos integrantes del sistema de innovación regional dentro del sector agroalimentario.

Con todo ello, BIO LIFE persigue contribuir al desarrollo económico regional a través de su influencia sobre los distintos actores independientemente de su ámbito de actuación o role a desempeñar:

- En primer lugar, la población de mediana y avanzada edad que verá mejorada su calidad de vida y salud a través de nuevos productos y servicios adaptados a sus necesidades relacionadas con la alimentación u otros factores derivados como la ingesta, hábitos o su propia localización geográfica.
- Los proveedores de servicios de I+D regionales (centros tecnológicos, centros de investigación, universidad, etc.) jugarán también un papel fundamental junto con las empresas quienes deberán colaborar conjuntamente con el objetivo de transferir resultados de investigación al mercado.
- Esta labor tampoco se circunscribe al sector agroalimentario, sino que otros sectores adyacentes pueden sentirse motivados a desarrollar nuevas soluciones que tengan como beneficiarios a este grupo de población, como sería el caso del packaging.
- Por último, este proceso podría contribuir a la creación de nuevos mercados relacionados con la comercialización o prestación de nuevos servicios o mejora de los ya existentes, y por consiguiente, la posibilidad de creación de nuevas empresas generadas de empleo.

El proyecto BIO LIFE está siendo desarrollado por un consorcio de ocho organizaciones, localizadas en 6 regiones europeas:

- HAMK Universidad de Ciencias Aplicadas (Departamento de Educación en Enfermería). Región de Hämeenlinna, Finlandia.
- Universidad de UMEA (Departamento de Alimentación y Nutrición). Región de Västerbotten, Suecia.
- Universidad de Ciencias de la Vida de Poznan. Región de Wielkopolska, Polonia.

- Autoridad Húngara para la Protección del consumidor, NFH. Región de Hungría del Norte, Hungría.
- Think Tank INNO8. Región de Lorraine, Francia.
- Agria Lorraine, Centro Regional de Innovación y Transferencia de Tecnología. Región de Lorraine, Francia.
- Fundación Prodirtec, Centro Tecnológico para la Producción y el Diseño de Asturias, España.
- CEEI, Centro Europeo de Empresas e Innovación. Principado de Asturias, España.

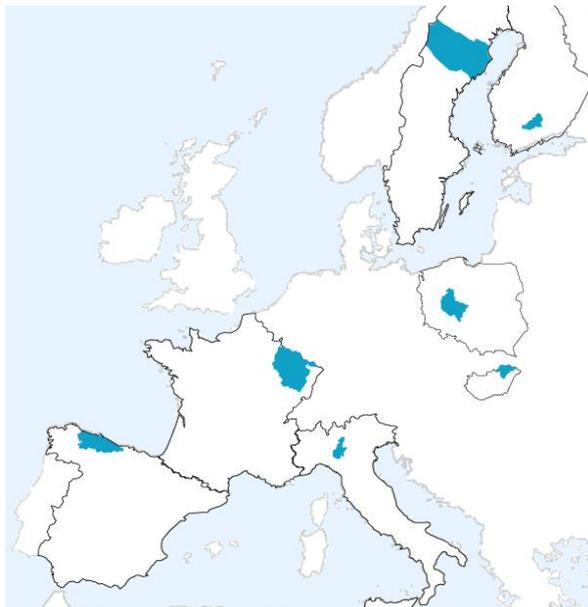


Figura 1. Regiones participantes del proyecto BIO LIFE

El presente documento pretende ser una muestra representativa de las actividades realizadas por las organizaciones anteriores dentro del proyecto BIO LIFE, con un marcado enfoque en clave asturiana prestando especial atención a la caracterización del grupo de población de mediana y avanzada edad así como a la detección de sus principales necesidades en alimentación u otras relacionadas. Asimismo, se pretende reflejar casos de éxito de buenas prácticas llevadas a cabo en las distintas regiones participantes. Por otro lado, se ha tratado de definir un mapa regional de agentes / entidades / empresas más representativos dentro del sector agroalimentario al igual que programas de innovación o mecanismos de financiación que podrían encajar para el desarrollo de nuevas soluciones dentro de este campo de actuación.

El proyecto BIO LIFE está financiado a través del programa INTERREG IV C implementado bajo el objetivo de cooperación territorial europea y financiado a través de fondos FEDER destinado a mejorar la efectividad de las políticas regionales y sus instrumentos a través del intercambio de buenas prácticas y experiencias desarrolladas en cada una de las regiones participantes. Cabe destacar también que BIO LIFE ha surgido a partir del mini programa CREATOR que persigue explorar y analizar las oportunidades asociadas al envejecimiento de la población en áreas muy concretas. Fruto de esta iniciativa han surgido otros 6 proyectos más en las que están participando organismos y entidades de las siguientes regiones europeas: Wielkopolska (Polonia), Lorraine (Francia), Brescia (Italia), Västerbotten (Suecia), Hämmenlinna (Finlandia), Región Norte de Hungría (Hungría) y, por último, Asturias (España)

2. Relevancia de la tercera edad en la sociedad: un nicho de población en aumento

BIO LIFE, así como el grupo de proyectos englobados dentro del programa europeo CREATOR, tienen como objetivo primordial la difusión y la promoción de información y buenas prácticas en relación al sector de población de edad más avanzada es un proyecto enfocado a promover. En el caso del proyecto del que surge el presente documento, el interés concreto es promocionar la entre las diversas partes interesadas las problemáticas y necesidades de la población de edad avanzada en relación a un aspecto tan importante de la vida como es la alimentación.

La alimentación es un aspecto puramente ligado a la existencia de productos y servicios, de forma que sólo a través del compromiso de empresas, investigadores y organismos de apoyo será posible desarrollar productos y servicios más adaptados a las necesidades en el ámbito de la alimentación de las personas de edad avanzada. Es por ello, que este apartado pretende hacer hincapié en la cada vez mayor relevancia de la población de avanzada edad como “target” de mercado, la cual merece la pena ser tomado en consideración. Así, en sucesivos apartados se revisarán una serie de datos demográficos básicos a distintos niveles, con la finalidad de revisar hasta qué punto el mercado de la alimentación puede estar ahora mismo y en el futuro conformado por personas mayores, con necesidades y problemáticas que merecen ser respondidas con productos y servicios adaptados.

2.1. Situación actual y proyección de crecimiento en Asturias.

Asturias cuenta con una población aproximada de 1.080.000 habitantes, de los cuales el 52% son mujeres y 48% hombres. El 80% de la población total se concentra en el área central de la región, dando lugar a la sexta área metropolitana española, después de Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Bilbao.

De acuerdo a la estimación del INE para la población asturiana, en 2009 había un total de 230.400 personas mayores de 64 años (un 21,3 % de la población): 21,9% de ellos pertenecían al grupo de 65-69 años (cuatro puntos por debajo en comparación con el promedio nacional), 23,1% se englobaban dentro del grupo de 70 a 74 años, el 23,4% en el grupo de 75-79, 17,4% en el grupo de 80-84, 9,8% en el grupo de 85-89, 3,5% en el grupo de 90-94, 0,8% en el grupo de los 95-99 y el 0,07% restante en el grupo de 100 años o más de edad.

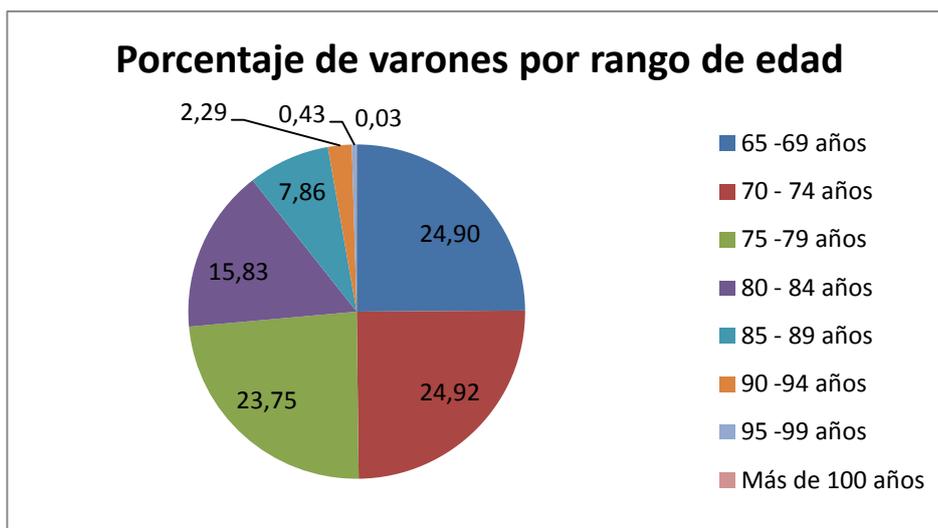


Gráfico 1: Composición de la población asturiana mayor de 65 años, por grupos de edad. Hombres (año 2009)

(Fuente: Instituto Nacional de Estadística)

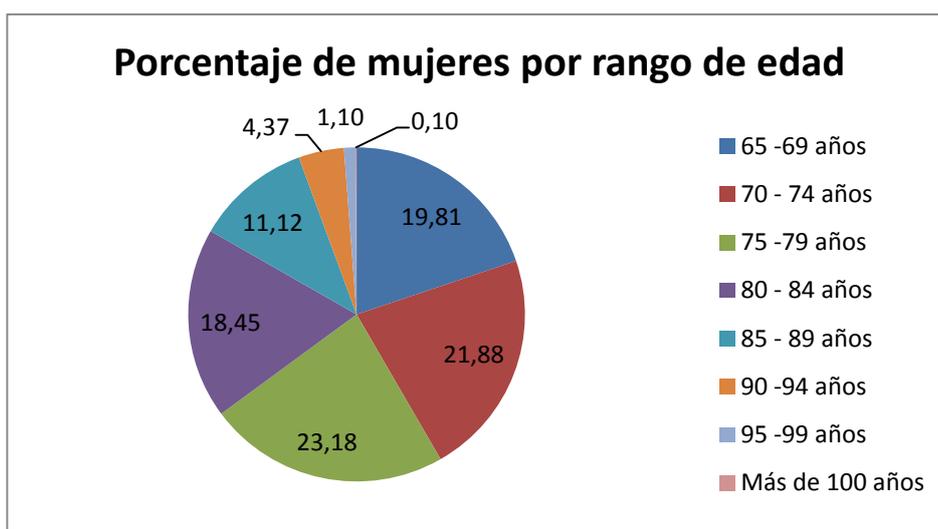


Gráfico 2: Composición de la población asturiana mayor de 65 años, por grupos de edad. Mujeres (año 2009)

(Fuente: Instituto Nacional de Estadística)

Si analizamos los datos existentes para caracterizar la composición por sexos de la población mayor de 65 años en Asturias, las diferencias entre hombres y mujeres resultan muy notables, con un grupo de población conformado por un 40,8% por hombres, y un 59,2% de las mujeres, lo que implica una tasa de mortalidad considerablemente más alta en los hombres en esos rangos de edad.

En cuanto al estado civil, en el año 2009 el 59,6% de los asturianos mayores de 65 años estaban casados, con un 32% de personas viudas, un 6,7% de personas solteras y un 1,7% de las personas separadas o divorciadas. Entre los hombres, el 80,6% de los mayores de 65 años estaban casados y el

10,1% viudos; en el caso de las mujeres, el porcentaje de casadas se situó en el 45%, mientras que el de viudas era del 47,3%.

En lo relativo a los niveles de educación de las personas mayores de 65 años en Asturias, los datos medios anuales correspondientes a 2009 muestran que la mayor parte de la población contaba con estudios primarios (un 61,2%), con un 18,7% de personas que no consiguieron cursar dichos estudios en su totalidad. Del resto de la población en esos rangos de edad, el 4,8% cursó estudios secundarios, y el 6,1% llegó a cursar estudios universitarios.

Como otro punto a tener en cuenta en esta breve revisión de datos demográficos, es interesante conocer la distribución a lo largo de la región de las personas mayores de 65 años, sobre todo a fin de contrastar dicha ubicación con la oferta de servicios tales como la salud pública, servicios de asistencia, acceso a diversos productos, transporte, etc., pues podría estar fuertemente condicionada por la ubicación, entre otros factores.

La situación actual se caracteriza por la despoblación rural en las últimas décadas, lo que ha provocado un envejecimiento notable en estas áreas interiores. La ubicación de estas zonas tiende a concentrarse en las zonas montañosas de la región y las regiones interiores del oeste; por el contrario, los municipios de la zona central han reunido a gran parte de la población de la región, de tal modo que las tres ciudades más importantes de la región (Gijón, Oviedo y Avilés) absorben más del 50% de la población mayor de 64 años.

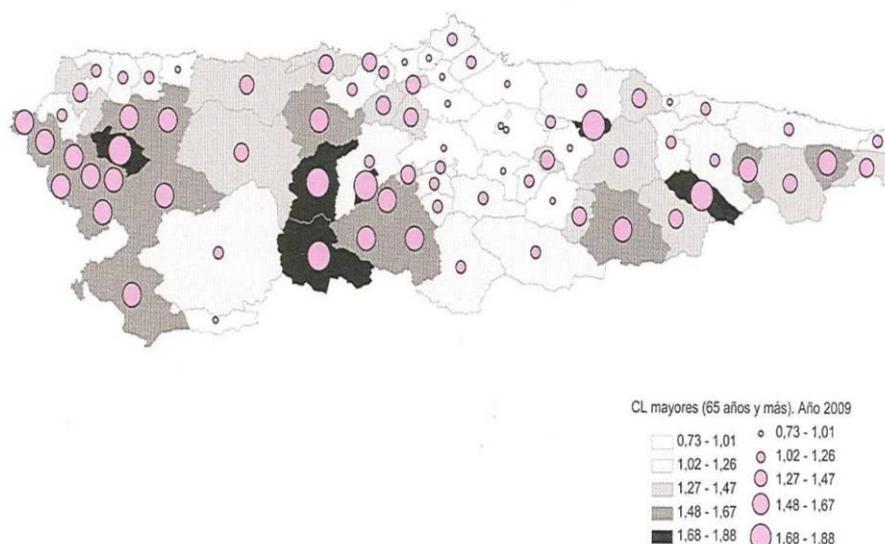


Gráfico 3: Localización de las personas mayores de 65 años en Asturias

(Fuente: Instituto Nacional de Estadística)

Como último punto a abordar, es necesario tener en cuenta cuáles son las estimaciones de crecimiento de este sector de población en nuestra comunidad autónoma. Los datos del Instituto Nacional de Estadística para el año 2011 muestran por ejemplo que en nuestra comunidad ya es mayor el número de defunciones que el de nacimientos (12,08 defunciones frente a 7,29 nacimientos por cada 1.000 habitantes), lo que unido al aumento de la esperanza de vida tanto al nacimiento como a los 65 años (82 y 20,5 años respectivamente), dan lugar a una situación en la que la población asturiana va avejentándose con gran rapidez.

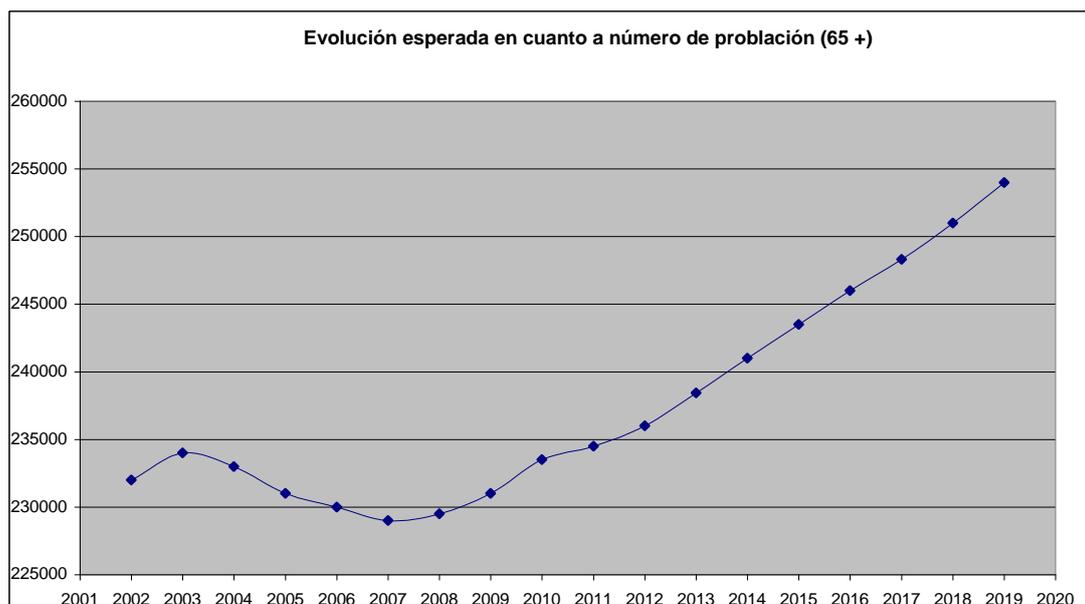


Gráfico 4: Evolución esperada de la población mayor de 65 años en Asturias en los próximos años

Por tanto y siguiendo con la información recogida por el Instituto Nacional de Estadística en la Proyección de Población en España a corto plazo (noviembre del 2009), se espera un aumento significativo y paulatino de este target de población llegando a estimar una cantidad cercana a los 255.000 habitantes en el año 2019 en Asturias.

A nivel nacional, desde 2009, el Instituto Nacional de Estadística (INE) ha comenzado con la publicación periódica de un sistema de proyección a corto plazo de la población española que tiene un gran interés para las entidades y administraciones públicas, y aunque no es un sistema de gran exactitud, permite su uso en la proyección de variables que estén estrechamente relacionadas con la población y sus características demográficas. Los últimos datos disponibles esbozan una pirámide poblacional en la que a lo largo de las próximas cuatro décadas la forma de la misma irá progresivamente modificándose, engrosando su parte superior (edades más avanzadas) y “adelgazando” su parte inferior (edades más tempranas).

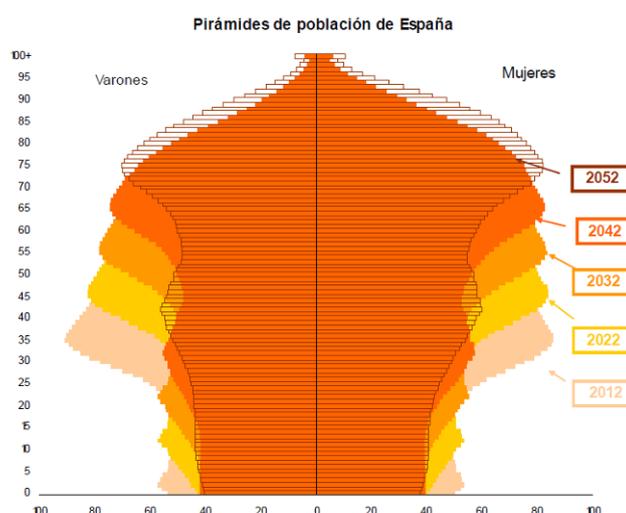


Gráfico 5: prospectiva de la pirámide de población española

Con independencia de la variabilidad que en cuanto a algunos datos concretos puedan existir entre regiones (debido a la actividad industrial y minera tradicional de la región pueden existir diferencias significativas en valores relacionadas con la mortalidad de los hombres en Asturias), a un nivel global la tendencia regional se reproduce a nivel nacional.

2.2. Comparativa en el marco territorial BIO LIFE

Como ya se ha comentado, el proyecto BIO LIFE surge de la percepción común de que las sociedades europeas han de enfrentarse al problema del envejecimiento poblacional. Para ver hasta qué punto esta percepción responde a una realidad, cada uno de los integrantes del proyecto BIO LIFE ha recabado información, siguiendo una metodología similar a la llevada a cabo en Asturias, con el objetivo de conocer por un lado en qué situación se encuentra realmente dicha región respecto a la media nacional y cuál es la expectativa de crecimiento de la población mayor de 65 años en el futuro a medio plazo. Los datos obtenidos permiten afirmar que si bien algunas regiones presentan, en la actualidad, porcentajes de población de edad avanzada considerablemente bajos como en el caso de la región de Wielkopolska, en otras regiones como Asturias se dan porcentajes mucho más altos. Sin embargo, queda patente en el estudio que se tiende a una uniformidad en cuanto al ratio de esta población llegando a un 22 - 23 % en el año 2030 a excepción de Hämmenlinna donde se espera alcanzar un porcentaje significativamente mayor (25%).

Región	Porcentaje de población mayor de 65 años	Año	Proyección año 2030
Suecia	18,80%	2008	22,50%
Vasterbotten	19,60%	2010	
Finlandia	16,50%	2008	25,50%
Häme	18,96%	2010	
Polonia	13,50%	2008	23%
Wielkopolska	11,90%	2008	
Hungría	16,40%	2009	22%
North Hungary	16,10%	2009	
España	17%	2009	22,10%
Asturias	22%	2009	
Francia	16,30%	2008	23,20%
Lorraine	16,60%	2009	

Tabla 1. Población por encima de los 65 años en las regiones y países europeos que participan en el proyecto BIO LIFE

(Fuente: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/publications/regional_yearbook)

Según las previsiones, en el año 2030 al menos una de cada cinco personas tendrá más de 65 años en los países de estudio. El fenómeno que en décadas anteriores fue conocido como “Baby Boom”, está próximo a sufrir un fenómeno de “rebote” en las décadas venideras, lo que se empieza a conocer como “**Papy Boom**”. Este fenómeno es sin duda un reto para nuestra sociedad, que deberá definir cuáles son los grandes cambios que han de ser implementados para permitir el sostenimiento razonable de los actuales niveles de vida de los habitantes.

Desde el punto de vista del mercado, esto implicará de manera necesaria la agudización de problemas y necesidades ya existentes, y la aparición de otras nuevas, de tal manera que la demanda de productos adaptados y servicios complementarios irá en progresivo aumento. **El tejido empresarial, los centros de investigación y los organismos de apoyo han de ser conscientes de que este fenómeno encierra gran potencial para el desarrollo y consolidación de nuevas oportunidades de negocio en torno a la alimentación para gente de edad avanzada.**

Así, al igual que el “Baby Boom” fue en su momento una oportunidad de crecimiento para organizaciones y economías que supieron ver el nicho de mercado, **el “Papy Boom” se convierte nuevamente en una oportunidad de negocio**, de la cual podrán sacar provecho aquellas organizaciones que quieran y puedan ofrecer y/o apoyar servicios y productos adaptados a un sector de población demandante de los mismos, y en progresivo aumento durante las próximas décadas.

3. Caracterización básica de la población de mediana y avanzada edad.

3.1. Análisis de partida: Información preliminar.

Cuando se plantea desarrollar un producto o un servicio con un enfoque primordial pensando en las personas de edad avanzada, hay que tener en cuenta que **la definición actual de “personas de la 3ª edad” es muy amplia, y encierra realmente varios grupos diferenciados, en relación a las capacidades y dificultades asociadas a cada rango de edad.**

Como prueba de ello, en la siguiente tabla se trata de describir de manera muy resumida los diferentes grupos diferenciables de personas de edad avanzada a nivel europeo (se incluye además el grupo de edad anterior a lo que hoy por hoy consideramos como comienzo de la tercera edad), describiendo los mismos en base a unas características básicas.

Edad	Situación activa	Tiempo libre	Estado de salud	Capacidad económica	Condicionantes del comportamiento
56 – 65 años	La mayoría dentro de la población activa	Reducido	En general, buena	Existencia de un poder adquisitivo medio o medio-alto, ausencia de deudas	Preparación de la jubilación
66 – 75 años	Desaparición gradual de la misma e incremento de la vida social	Aumento gradual del tiempo libre	Relativamente buena (revisiones y cuidados preventivos en el entorno de los 70 años)	Muy variable entre estratos sociales	Situación cambiante en cuanto a la forma de vida, entorno, actividades sociales y mayor deseo de independencia.
76 – 85 años	Ausencia total de actividad profesional	Bastante tiempo libre, pero con una mayor dependencia en los hogares.	Estado de salud asociado a un consumo alto de medicamentos en líneas generales.	Variable y con una reducción asociada a situaciones de dependencia	Necesidades en el ámbito de la salud. Surgimiento de problemas de soledad y aparición de problemas de autonomía

Más de 85 años	Disminución casi total de la actividad física	Movilidad muy limitada. Reclusión en el hogar o en una institución	Incremento del fenómeno de dependencia	Gran reducción de la capacidad ante situaciones de gran dependencia	Necesidad de apoyo de la familia, cuidadores o por parte de una institución especializada
----------------	---	--	--	---	---

Tabla 2. Características de los diferentes grupos de población de edad avanzada

Las características de los grupos establecidos están planteadas a un nivel general, y es conocido que dentro de un mismo rango de edad puede existir variabilidad, de forma que estos grupos pretenden sobre todo establecer una tendencia a lo largo de los años de los aspectos que caracterizan la vida de las personas que forman parte de la población de edad avanzada. Así, si bien **no es posible establecer un perfil único de una persona mayor de 65 años, sí que es posible afirmar que la salud y la autonomía son dos de los principales condicionantes que pueden afectar a su calidad de vida, sobre todo, de aquellos de edad más avanzada.**

Parece claro que partiendo de esta situación inicial, la **alimentación** cobraría una especial importancia al considerarse un aspecto clave que incidiría tanto en la **salud** como en la **autonomía** de las personas (autonomía para alimentarse) y que nos permitiría establecer unas primeras conclusiones:

- Dentro de la tercera edad, **existirían rangos de edad en los que las personas disfrutarían de una buena calidad de vida asociada a la disponibilidad de tiempo libre y a una determinada solvencia económica, lo que se traduciría en una consideración como usuarios y consumidores activos de productos.** En el ámbito de la alimentación, ello implicaría que una gran parte de la población de la tercera edad seleccionaría y compraría los productos de su apetencia, esto es, **serían clientes potenciales** de productos.
- Existirían por el contrario rangos de edad en los cuales la autonomía iría disminuyendo, y con ello, se iría perdiendo progresivamente la capacidad de desplazarse a los puntos de venta de este tipo de productos. En estos casos, estas personas serían especialmente **susceptibles de recibir la prestación de servicios que faciliten la adecuada alimentación** como los relacionados con la preparación de alimentos adaptados, la distribución, la ingesta, etc. Estos servicios no deberían estar solamente acotados a estos grupos de edad cuya autonomía ha sufrido una merma, sino que podrían ser servicios a su vez útiles y que aportasen comodidad a usuarios con plena autonomía.

Para corroborar y ahondar en este tipo de apreciaciones, durante el desarrollo del proyecto BIO LIFE, las organizaciones participantes del proyecto recabaron de primera mano una serie de datos que ayudaran a **completar la caracterización inicial de este grupo de población** y, a su vez, comprender sus necesidades y problemáticas (y grupos de personas próximos a entrar en esa edad) en relación a sus hábitos alimentarios.

3.2. Análisis en clave BIO LIFE

Para ello, se definió una encuesta que posteriormente fue distribuida en cada región a personas que cumplieran los criterios de pertenencia a los grupos de edad seleccionados (personas de 55 años en adelante). La encuesta no estaba destinada a ser un método estadístico de evaluación, esto es, su finalidad no era la de caracterizar inequívocamente a los habitantes de determinadas regiones, sino que estaba enfocada a la detección de aspectos que fueran relevantes para el público encuestado, relacionados con la alimentación. **La encuesta estaba enfocada pues como un medio para sacar a la luz problemáticas, necesidades y apetencias de personas “reales” y a establecer comparaciones siempre y cuando fuere relevante.**

Se recabaron 322 encuestas durante el proyecto; se muestran a continuación el número de encuestas recabadas en cada una de las regiones:

- Región de Wielkopolska (Polonia): 56 encuestas
- Región de Lorraine (Francia): 51 encuestas
- Región de Hungría del Norte: 50 encuestas
- Región de Asturias: 72 encuestas
- Región de Häme (Finlandia): 43 encuestas
- Región de Vasterbotten (Suecia): 50 encuestas

3.2.1. Caracterización básica de los encuestados.

La encuesta incluye un primer apartado, donde las preguntas estaban destinadas a caracterizar a los encuestados en aspectos tan diversos como su edad, lugar de residencia, niveles de educación, ingresos, etc. Cabe destacar nuevamente que la encuesta no estaba destinada a tener un valor estadístico, por lo que estos datos no tienen por qué ser representativos de la población de las regiones encuestadas, pero cobran sentido cuando son valorados y comparados entre regiones.

De este modo, a partir de los datos recopilados se han podido establecer las siguientes comparaciones y posibles conclusiones:

- En lo relativo a la percepción del nivel de ingresos, los encuestados asturianos mayores de 65 años manifestaron con una amplia mayoría (80%) percibir un nivel de ingresos similar a la media de su entorno, lo cual resulta especialmente significativo en comparación con los datos obtenidos en otras regiones como por ejemplo la finlandesa, donde el 90% de las personas encuestadas consideraron tener un nivel de ingresos por debajo de la media de sus entorno, o como las regiones polaca y francesa, donde aproximadamente un 70% de los encuestados afirman igualmente percibir unos ingresos por debajo de la media.
- En cuanto a los niveles de educación de las personas encuestadas, se observa en los encuestados asturianos la predominancia del nivel de estudios básicos (un 65%), lo que en comparación con el resto de regiones que forman parte del proyecto BIO LIFE, resulta ser un

dato relativamente alto en comparación con otras regiones, donde este porcentaje ronda el 20%, salvo en el caso de Finlandia, donde este porcentaje alcanza el 90%.

- En la encuesta se planteó una cuestión acerca de la situación laboral de los encuestados, con la intención de detectar posibles diferencias entre regiones. En el caso asturiano el 100% de los mayores de 65 años afirmaron encontrarse jubilados/pensionistas, encontrándose resultados similares para el resto de las regiones, lo que establece una situación de igualdad entre regiones en cuanto a los rangos de edad en los que las personas dejan de formar parte de la población laboralmente activa.
- Encuestados acerca del número de personas que residen en su vivienda habitual, aproximadamente un 75 % de los encuestados asturianos mayores de 65 años manifestó vivir en compañía de una pareja, al menos un hijo o familiar, o ambos, con el 25% de las personas encuestas viviendo solos. En comparación con otras regiones europeas, estos datos resultan bastante altos, siendo frecuente la vida en soledad en esos rangos de edad en las regiones francesa, húngara (ambas en torno 50 %) y finlandesa (en torno al 45 %).

En base a estos datos, es posible establecer que existen ciertas diferencias culturales entre sociedades como la nuestra, en la que quizás de manera tradicional existe un fuerte arraigo a la familia (lo cual se traduce en los datos obtenidos), y otras sociedades europeas en las que ese arraigo se puede considerar menor.

- Otro dato curioso es la encuesta acerca de los datos de peso y altura, la correspondiente relación que calcula el índice de masa corporal, y en consecuencia la valoración sobre el peso de los encuestados. Es un dato bastante sorprendente comprobar cómo en casi todas las regiones el porcentaje de encuestados con sobrepeso u obesidad son considerablemente altos, pues con la excepción de Suecia (donde el índice de personas con sobrepeso u obesidad no llega al 40%), el resto de países rondan valores de entre el 60 % (Asturias, con un 50 % de mayores de 65 años con sobrepeso y un 10 % obesos) y el 80 % (caso de la región Finlandesa, donde se puede considerar que el 50 % de las personas padecen sobrepeso y el 30 % son obesos), situándose el resto de regiones en valores intermedios.

Este es un dato de especial relevancia de entre los analizados en este apartado, ya que implica la existencia de hábitos alimentarios con potencial de generar problemáticas de salud.

3.2.2. Conclusiones en cuanto a hábitos relacionados con la alimentación

La segunda parte de la encuesta tenía por objetivo caracterizar algunos hábitos relacionados con la compra/alimentación en las diversas regiones, a fin de establecer algunas tendencias sobre cuáles son las problemáticas, necesidades o factores comunes a tener en consideración en torno a la relación de las personas mayores de 65 años con la temática estudiada. Se desgranar a continuación algunos de los resultados más interesantes de las preguntas planteadas.

- Se encuestó en primer lugar acerca de las problemáticas que las personas encuestadas encontraban a la hora de hacer la compra. Entre los resultados más significativos, en

Asturias, algo más del 30% de los encuestados manifestaron tener problemas con el peso de las compras, problemática que según los resultados es también común en similar medida en el resto de regiones. Un 20% de las personas asturianas manifestaron asimismo tener problemas con el etiquetado, problemática también detectada en otras regiones. Se encuestó asimismo acerca del precio de los alimentos, ante lo cual un 20% de los asturianos manifestó que percibían como caros los precios de los alimentos, siendo este hecho también detectado en porcentajes similares en las regiones finlandesa (sobre un 20 %) y sueca (sobre un 30%).

- En lo relativo a la frecuencia con la que los encuestados cocinaban, los resultados obtenidos muestran que mientras que en Asturias es relativamente poco habitual que un persona cocine exclusivamente para sí misma (30 % de los encuestados cocinan sólo para sí mismos, ya sea todos los días o de manera esporádica), en el resto de países es algo bastante habitual, con porcentajes que rondan el 80 % para Polonia y Hungría, el 75% en Francia y Finlandia, y un 70 % en Suecia.

Estos datos son razonables si se comparan con los obtenidos en el apartado anterior acerca de la vida en soledad o compañía de los encuestados, pues confirman que en nuestra región es frecuente que las personas de edad avanzada convivan en el día a día con otras personas, ya sean sus parejas, hijos, u otros familiares o allegados.

- Preguntados acerca de cuáles son los principales problemas a la hora de preparar las comidas, las principales problemáticas detectadas fueron la apertura y manejo de los envases, que supone el 50 % de los problemas detectados para los asturianos, el 70 % de los problemas para los suecos, el 55% para los franceses, el 50% para los finlandeses, el 40 % para los húngaros y el 35 % para los polacos. Otro problema especialmente significado en gran parte de las regiones fue el de la necesidad de tirar producto debido a la existencia de envases demasiado grandes que hacen que la comida se deteriore, lo cual fue un problema especialmente significado para los para polacos, húngaros y finlandeses (manifestado en los tres casos en más del 35% de las ocasiones), como en menor medida para asturianos (20 %), franceses y suecos (porcentajes menores del 20 %).

Estos datos resultan de gran utilidad, ya que hacen hincapié en problemas relacionados de manera directa con los productos que hoy por hoy existen en el mercado, por lo que denotan potenciales mejoras sobre los mismos.

- Se encuestó sobre cuáles eran los aspectos más relevantes a la hora de seleccionar un producto alimenticio. La percepción de un producto como saludable y “de calidad” parecen estar claramente por encima de cualquier otro factor, pues por poner algunos ejemplos, es un factor importante para en torno a un 85 % de los franceses, un 45 % de los asturianos, un 35 % de los húngaros, con valores que rondan el 20 % para el resto de las regiones. Otros factores como el lugar de procedencia, el diseño externo del producto, o el precio obtuvieron valores dinos de mención, aunque en menor manera.

Vuelve a ser importante tomar muy en consideración esta información, ya que se aprecian claramente que la calidad y la percepción de que un producto es sano para el consumidor son aspectos fundamentales.

- Encuestados de manera directa sobre las preferencias sobre el tamaño y cantidad de producto, en casi todos los casos se afirmó preferir la compra frecuente de envases de tamaño pequeño (manifestado por el 70 % de los encuestados asturianos y por porcentajes similares o superiores en el resto de países con la regiones con la excepción de la sueca, donde el 60 % de las personas afirmó preferir envases más grandes).

Para entender este dato es necesario además tomar en consideración que las personas de edad avanzada tienen por lo general unas menores necesidades de ingesta de alimentos, por lo que existe una mayor probabilidad de que una vez abierto el envase de un alimento este se deteriore antes de haber terminado su contenido.

- En relación a la cuestión concreta del etiquetado de los productos alimenticios, este aspecto resulta de ser de alta importancia para aproximadamente un 85 % de los encuestados asturianos, que afirman leer las etiquetas siempre (40 %) o con cierta regularidad (45 %). Esta tendencia fue también detectada en las regiones francesa (95 % de las personas examinan las etiquetas siempre o con alta frecuencia), húngara (85 %), polaca (75 %) y sueca (70 %), con la excepción de la región finlandesa, donde un 50 % de los encuestados no revisan nunca las etiquetas.

Esta misma pregunta trató también de averiguar cuáles eran las informaciones contenidas en las etiquetas con más relevancia para los encuestados. Ponderados a nivel global, los principales puntos resaltados fueron la composición, naturaleza de los ingredientes y aporte calórico (manifestado por alrededor de un 55% de los encuestados en todas las regiones en conjunto).

En relación a su valoración del etiquetado a nivel global, algo más del 40 % de los asturianos mayores de 65 años encuestados afirmó pensar que los productos alimenticios no están bien etiquetados, lo cual es similar para los franceses y polacos, que con un 55 y un 45 % respectivamente, contestaron en el mismo sentido. En otras regiones europeas, el etiquetado no parece suponer problemas, como es por ejemplo el caso de personas de la región húngara, donde más de un 75 % de los encuestados manifestó pensar que no existían problemas con los etiquetados.

Una última cuestión fue planteada en relación al etiquetado, preguntándose acerca de la conveniencia de que las etiquetas de los productos contuvieran los grupos de edad para los que el producto está especialmente indicado, o si de algún modo si por ejemplo un producto estuviera especialmente pensado para personas de edad avanzada, este hecho debiera ser resaltado en el etiquetado. A tenor de los resultados, para húngaros (más de un 95 %), asturianos, polacos (ambos alrededor de un 80 %), y finlandeses (sobre un 60 %), dicha información debería estar claramente identificada en los productos. Por el contra, los suecos se muestran más divididos respecto a esta cuestión (alrededor de un 50 % repartido entre el “sí” y el “no” y los franceses se muestran mayoritariamente en contra (en casi un 65 %).

Como conclusión de este punto, se puede afirmar que las etiquetas no son meros adornos para los consumidores analizados, sino que son examinados con atención y que la información que contienen resulta de alta relevancia.

- Es interesante ver que la frecuencia con la que las personas encuestadas comen fuera de casa es baja en Asturias en comparación con otras regiones europeas, de modo que mientras que alrededor de un 75 % de los asturianos como sólo unas pocas veces al año fuera de casa, y en la región polaca algo más del 50% de los encuestados nunca comen fuera de casa, en otras regiones comer fuera de casa es para estas personas bastante más común, siendo especialmente significativo en regiones como la finlandesa o la francesa (donde alrededor de un 55 % de los encuestados comen fuera de casa varias veces por semana o varias veces al mes).
- Los productos precocinados son poco populares para los asturianos mayores de 65 años, de forma que un 85 % de los encuestados manifiesta no consumirlos nunca o hacerlo menos de una vez al mes, siendo similar la situación en regiones como la húngara (70 % declararon igualmente no consumir estos productos o hacerlo con una frecuencia muy baja). Los datos obtenidos en el resto de regiones europeas indican que si bien la frecuencia de consumo de estos productos es en algunos casos más alta (en Polonia estos productos se consumen varias veces al mes para un 35 % de los encuestados), se confirma que no son productos populares entre las personas mayores de 65 años en las regiones analizadas.
- En cuanto al consumo de productos frescos, como es lógico, los resultados difieren mucho respecto de los obtenidos en la cuestión anterior. Casi el 100 % de los asturianos encuestados manifiestan consumir productos frescos a diario o varias veces por semana, con porcentajes en el resto de las regiones que superan en todo caso el 75 %.
- Los datos muestran que las personas mayores de 65 años suelen “picar” entre comidas, con porcentajes que oscilan entre un mínimo que ronda el 60 % de la gente que afirma comer entre horas en Asturias, y un máximo de en torno al 95 %, en el caso de la región húngara. Preguntados acerca de cuál es el tipo de comida que consumen en estas ocasiones, la fruta fue el producto más destacado para entre el 30 y el 40 % de las personas en todas las regiones.
- La encuesta trató de analizar cuáles son las fuentes de información más comunes para la gente mayor de 65 años en lo relativo a nutrición. Si bien en este punto no se puede destacar la prevalencia de unos medios sobre otros, la televisión fue un medio citado por una media del 20% de todos los encuestados, y curiosamente fuentes de información como el médico de cabecera fueron nombrados sólo en un 8 % de las ocasiones. Otros medios como por ejemplo la radio, la prensa o la familia obtuvieron valores intermedios.
- Una pregunta especialmente importante fue la hecha en relación a su percepción o aproximación hacia nuevos productos alimenticios. Es significativo comprobar cómo los asturianos encuestados suelen ser reticentes a consumir nuevos productos, pues casi un 80 % de los mismos manifestó ser reticente (algo más de un 40 %) o directamente no prestarles atención y no plantearse el comprarlos (algo menos de un 40 %). Esta situación es comparable a la de otras regiones europeas como la finlandesa, la polaca y la francesa, casos en los cuales existes reticencias muy significativas, pero que sin embargo es contrapuesta a la de regiones como la sueca y la húngara, donde el 68 y el 66 % de los encuestados están claramente abiertos a consumir nuevos productos.

- Preguntados por último acerca de sus preferencias en lo relativo al sabor preferido para los alimentos, el dulce fue el preponderante en regiones como Asturias (para un 65 % de las personas encuestadas) y la región húngara (un 45 %), mientras que en otras regiones es predominante el gusto por los alimentos condimentados con alguna especia (por ejemplo, para un 75 % de los suecos, un 50 % de los franceses y un 40 % de los polacos).

4. Ámbitos de actuación en cuanto a necesidades relacionadas con la alimentación para la población de mediana y avanzada edad.

Una vez conocido y caracterizado el target de población al que va dirigido este proyecto, en este apartado se trata de ahondar en una serie de necesidades relacionadas con la alimentación u otros aspectos relacionados que sean comunes en mayor o menor medida en todas las regiones participantes. A partir de ellas, se pretende también establecer un punto de partida en cuanto a la muestra de posibles soluciones en clave de productos y / o servicios. Por tanto, el objetivo de este apartado es establecer que causas o condicionantes asociados a la población de mediana y avanzada edad pudieran ser objeto de generación de nuevos productos o servicios así como la presentación de casos de éxito ya desarrollados que pudieran ser replicables.

4.1. Productos

A la hora de enfocar el desarrollo de un producto alimenticio adaptado a las necesidades de los grupos de población de edad más avanzada, dos son fundamentalmente los puntos en los cuales se han detectado multitud de mejoras potenciales, y que son claramente percibibles desde el punto de vista de un potencial consumidor: nutrición y usabilidad.

Se abren pues dos grandes campos para el trabajo de las organizaciones en el sector de los productos alimenticios, siendo destacable que como veremos después, ambos no tienen por qué estar exclusivamente ligados a las personas mayores de 65 años, sino que pueden dar lugar a desarrollos que permitan potenciar las ventas de cara a otros sectores de población.

4.1.1. Ámbito de la nutrición.

Las necesidades nutricionales no difieren de manera significativa entre las personas mayores de 65 años en las diferentes regiones a lo largo de Europa. Este hecho parece lógico, teniendo en cuenta que si bien el entorno tiene impacto en nuestros comportamientos y hábitos alimenticios, a un nivel básico las personas no difieren significativamente en lo que son las necesidades nutricionales que contribuyen a un bienestar físico y mental.

Si bien como ya se ha desarrollado en el apartado 3, el grupo de personas mayores de 65 años es ciertamente heterogéneo, se pueden identificar una serie de afecciones de la salud que tienen especial incidencia a partir de dichas edades:

- Malnutrición. La malnutrición es un trastorno que puede acelerar los procesos de envejecimiento que sufre el cuerpo humano a lo largo de la vida, dando lugar además a una reducción de la calidad de vida de quien la sufre. Si se tiene en cuenta que el envejecimiento reduce de manera progresiva el apetito y la ingesta de alimentos, ello nos lleva a que para evitar las situaciones de malnutrición en las personas de edad avanzada las comidas han de ser en esos casos más energéticas y nutritivas. La energía que el cuerpo necesita cuando envejece es menor comparada con la de individuos más jóvenes, debido a cambios en la proporción de músculo/grasa en el cuerpo, y una actividad física más reducida. Sin embargo,

al ser las personas de edad avanzada un grupo heterogéneo, las necesidades reales dependen altamente de la circunstancia de cada persona.

Una persona con riesgo de malnutrición necesita menos fibra, pero al mismo tiempo más grasas, para incrementar el contenido energético. La calidad de la grasa es asimismo de gran importancia, desde el punto de vista de que para prevenir la aparición de trastornos cardiovasculares y la hipercolesterolemia, las grasas no saturadas son preferibles. La ingesta de carbohidratos y sal debería ser controlada, pues una dieta controlada en sal y azúcar es de alta importancia para el control de la hipertensión y la diabetes. Está demostrado que la gente mayor que es capaz de mantener un adecuada ingesta de energía y proteínas tienen un riesgo menor de enfermedad, y una menor pérdida de masa ósea y muscular, especialmente cuando se combina esta dieta con ejercicio.

- Deshidratación. Debido a que los ancianos son más propensos a la deshidratación, las recomendaciones para la ingesta de fluidos son mayores para este grupo de población, en comparación con individuos de menor edad.
- Merms sensoriales. Poco a poco, una disminución de la percepción sensorial puede afectar el olfato, la vista y el gusto, influyendo todo ello en la estimulación del apetito. Aunque la sensibilidad del gusto disminuye con la edad, existen variaciones dependiendo del área considerada de la boca, dándose además un aumento del apetito por los sabores dulces y salados. Posibles alteraciones en el olfato resultan en una disminución en la sensibilidad olfativa y una capacidad reducida para identificar olores.
- Cambios en el sistema digestivo. En lo relativo a la capacidad de masticación y deglución, la boca es el elemento fundamental para asegurar una adecuada alimentación, siendo el estado de los dientes y la capacidad de salivado vitales para asegurar una adecuada ingesta. Con la edad los dientes y las mandíbulas pueden deteriorarse, haciendo más complicada la ingesta de algunos alimentos. El envejecimiento lleva asimismo a una disminución de la secreción de jugos digestivos y saliva, lo cual lleva a una sensación de “boca seca” (muchas veces incrementado por el uso de ciertos medicamentos), dificultando el masticado y deglución.

En cuanto al aparato digestivo, el funcionamiento del mismo puede verse modificado con la edad, afectando especialmente a su “velocidad”. Con la edad se produce un decremento de los movimientos peristálticos que favorecen las digestiones, así como una disminución de la secreción de jugos gástricos, por lo cual es aconsejable aumentar el número de comidas y disminuir la cantidad de las mismas, para así evitar largas digestiones. La disminución de la movilidad intestinal puede dar lugar a estreñimiento, con episodios “rebote” de diarrea, que pueden afectar seriamente a la absorción de nutrientes.

- Interacciones de la ingesta de medicamentos. Aunque no debe confundirse con el proceso de envejecimiento, es cierto que los ancianos tienen una mayor incidencia de enfermedades, muchas de ellas de larga duración, que requieren tratamiento farmacológico. En consecuencia, muchas personas mayores son consumidoras de varios medicamentos al mismo tiempo, lo que aumenta el riesgo de interacciones no sólo entre fármaco-fármaco, sino también entre los medicamentos y los alimentos. Estas interacciones pueden afectar

tanto al estado nutricional del paciente y el efecto terapéutico de algunos fármacos, es decir, en última instancia, la calidad de vida.

- Pérdida de masa muscular y ósea. Uno de los cambios más importantes en la composición corporal que por lo general acompaña al envejecimiento es la disminución de la actividad metabólica, sobre todo debido a las pérdidas de masa muscular y de células de diferentes órganos y tejidos. No está claro hasta qué punto estos cambios se deben a la edad o a un estilo de vida sedentario en estas etapas de la vida, pero es claro que se da un índice metabólico basal inferior y, en consecuencia, menores requisitos energéticos. Lo anterior compromete la ingesta de alimentos, y por lo tanto la absorción de energía y nutrientes. La reducción de la masa muscular afecta a la movilidad, aumenta el riesgo de caídas y provoca cambios adversos en la capacidad funcional. También implica una pérdida de reservas de proteína, con mayor riesgo de desnutrición y disfunciones en el sistema inmunitario.

Del mismo modo, la edad lleva en ocasiones asociada la aparición de enfermedades que provocan un trastorno en la composición y estructura de los huesos, de forma que en esas edades están aconsejados el consumo de complementos de calcio y vitamina D, principales responsables de una estructura ósea sólida, que prevenga fracturas.

- Intolerancias alimentarias. Con la edad aumenta la incidencia de trastornos como la intolerancia a la lactosa, lo que hace que muchos ancianos reúsen tomar productos lácteos, sin que en este sentido reciban ninguna otra orientación, con el consiguiente riesgo de un déficit en la ingesta de calcio.
- Carencias vitamínicas. Las vitaminas y micronutrientes de especial importancia para las personas de edad más avanzada son:
 - o Vitamina D. Las necesidades de esta vitamina son difíciles de asegurar sólo con la ingesta de alimentos, pues normalmente se da la situación de que se junta un bajo consumo con una mayor necesidad para evitar enfermedades como la osteoporosis.
 - o Vitamina B12. Las personas mayores tiene frecuentemente bajos niveles de esta vitamina, que afecta especialmente a las funciones cognitivas, y que en los casos más graves puede dar lugar a síntomas similares a los de la demencia.
 - o Vitamina C. La gente mayor frecuentemente posee un bajo valor de esta vitamina, como consecuencia de una menor ingesta de frutas y vegetales.
 - o Calcio. La absorción de calcio disminuye con la edad. Un bajo consumo de productos lácteos agrava y puede incrementar el riesgo de osteoporosis.
 - o Zinc. Los estudios demuestran que la deficiencia de este metal es común en las personas mayores.

En general, en los ancianos existe una mayor prevalencia de enfermedades, especialmente enfermedades de larga duración o condiciones crónicas que requieren tratamiento dietético. El establecimiento de dietas terapéuticas de una manera general y sin relación a los hábitos y los

deseos de cada individuo puede contribuir a aumentar la monotonía y la falta de apetito, lo que contribuye a aumentar el riesgo de desnutrición.

Incluso las personas de edad avanzada más saludables deberían introducir modificaciones en su dieta, a fin de evitar el desarrollo de enfermedades; del mismo modo, un cambio en la dieta de las personas que ya padecen alguna de estas enfermedades se hace necesaria para incrementar su calidad de vida.

La siguiente tabla resume una serie de factores que están relacionados con la aparición o el agravamiento de trastornos comunes en la edad avanzada:

Factores	Trastornos relacionados
Dieta energética y proteínica	Malnutrición y pérdida de masa ósea y muscular
Adecuada ingesta de lácteos	Osteoporosis
Adecuada ingesta de agua	Deshidratación
Control de la ingesta de carbohidratos	Diabetes
Fibra	Estreñimiento crónico
Cantidad de sal	Hipertensión
Cantidad de grasas saturadas	Enfermedades cardiovasculares e hipercolesterolemia
Vitaminas y minerales	Osteoporosis, trastornos cognitivos, etc.
Antioxidantes	Eliminación de radicales libres

Tabla 3. Resumen de necesidades nutricionales y recomendaciones identificadas para evitar enfermedades y promover el envejecimiento saludable.

El número de posibles innovaciones, basándonos solo en las necesidades nutricionales es prácticamente ilimitado. Así, este es claramente un eje de Desarrollo e innovación para las empresas, ya sea a través de la modificación de los ingredientes de los productos, o la adición de suplementos que permitan crear productos aptos y saludables para las personas mayores.

4.1.1.1. Productos alimenticios adaptados a la tercera edad

En ámbitos médicos existen varias líneas de productos alimenticios dirigidos a personas de la **tercera edad**, de tal forma que marcas como Nutricia, Fresenius Kabi o Meritene han desarrollado productos enfocados a la tercera edad, siendo la mayor parte de los complementos nutricionales en formatos fácilmente asimilables por personas con capacidades limitadas a la hora de ingerir o digerir

los alimentos. Algunos ejemplos de productos como los anteriores son ilustrados en las imágenes siguientes:



Figura 3. Productos alimenticios enfocados a la tercera edad

Si bien son productos con un claro enfoque a la tercera edad, **muchos de ellos están asociados al tratamiento de personas con grandes carencias o dificultades para consumir alimentos por sí mismas, o como complementos necesarios para la nutrición de pacientes que padecen episodios severos de enfermedad.** Así, productos como los anteriores son en la mayor parte de las ocasiones prescritos por profesionales médicos, siendo comercializados en todos los casos en farmacias o parafarmacias, establecimientos que un consumidor no asocia con la compra de productos alimenticios, sino con la compra de medicamentos o productos necesarios para la mejora de la salud.

A tenor de lo anterior, si bien existen líneas de productos alimenticios para personas de edad avanzada, estos están asociados a situaciones carenciales o cuadros de enfermedad. De este modo, **los productos específicos existentes no son productos comercializables a un público “sano”, esto es, personas de edad más o menos avanzada, pero con suficiente autonomía y capacidad para seleccionar productos** que entiendan como alimentos especialmente destinados a ellos, o que no teniendo esa especial orientación disponen de cualidades que hacen su consumo recomendable en esos rangos de edad. **Pocos son los casos en los que un producto alimenticio es publicitado abiertamente como un producto para personas de la tercera edad,** lo cual desde un punto de vista de marketing puede ser ciertamente comprensible; la dificultad que puede acarrear publicitar un producto pensado especialmente para mayores, sin el problema de que ese “target” de usuario pueda sentir rechazo ante un producto que le categoriza como “persona mayor” (un rechazo que depende mucho de cada persona y de la sociedad considerada), no es en este sentido despreciable.

Es por ello que **si bien no es fácil encontrar productos alimenticios comerciales claramente identificados con personas de edad avanzada, sí que empieza a ser frecuente en las empresas un enfoque “indirecto”, de modo que esta clase de productos son publicitados más bien como productos buenos para salud, o para la prevención de enfermedades.** En este sentido, empiezan a ser comunes productos que sin ser exclusivos del consumidor de mayor edad, son sin embargo especialmente indicados para esos rangos de edad.

Las empresas de alimentación en general están volcando buena parte de su I+D en desarrollos de productos adecuados para grupos de edad más avanzada aunque, bien es cierto, no existe ningún tipo de referencia en ellos de que dichos productos sean especialmente recomendados para la tercera edad. En este sentido, las **empresas lácteas** son las que más han innovado en leches y derivados lácteos idóneos para séniore: ricas en calcio y soja. En esta línea se encuadran varios de los lanzamientos de la empresa CAPSA, un batido de soja de chocolate de la marca ALPRO, y PASCUAL, con un yogur rico en soja que, como toda su gama de derivados lácteos, no necesita frío para su conservación. Pero, quizá, la empresa que más claramente ha posicionado sus productos en este campo sea DANONE, con DENSIA, un yogur con un contenido en calcio un 30 % mayor que los normales y con vitamina D, **dirigido a prevenir la osteoporosis** y con su pro biótico DANACOL, con el **objetivo de controlar y reducir la tasa de colesterol.**

Otro de los problemas que aquejan a la tercera edad es la **hipertensión**, por lo que cada vez son más los productos bajos en sal que se adaptan a esta demanda. Así, GALLINA BLANCA ha lanzado un línea de caldos y cremas preparadas bajas en sal “GALLINA BLANCA VITASAL +” que incorpora su patente “VITASAL +” con un contenido en sodio muy reducido. Además por su textura es un producto muy adecuado para los más mayores con **problemas de masticación y deglución.**



Figura 4. Productos alimenticios con beneficios para personas de la tercera edad

Desde un punto de vista empresarial, y más desde el punto de vista de un producto alimenticio, y si bien lo habitual es desarrollar productos que lleguen a la mayor parte de la población posible, **existen antecedentes de productos exitosos dirigidos a sectores concretos de la población**, y es el sector de los productos alimenticios dirigidos a las edades más tempranas. Es conocido que si por ejemplo vamos a un supermercado o superficie, existen gran cantidad de productos orientados de manera específica a individuos en los primeros años de vida (papillas, lactancia complementaria o sustitutiva, alimentos triturados, etc.) o en edad infantil y juvenil (refrescos, bollería, batidos, zumos, etc.).

Los ejemplos anteriores quieren remarcar que hoy por hoy ya existen líneas de productos alimenticios dirigidas a sectores concretos de la población, de tal forma que una posible segmentación del mercado no ha de ser vista como una dificultad a la hora de comercializar un nuevo producto alimenticio, sino como **posibilidad para hacer destacar un producto, apelando a un sector específico de población de menor tamaño que el global, pero con mayor capacidad para acoger positivamente un producto que responda a necesidades específicas.**

4.1.1.2. Otra Información de interés en el ámbito nutricional

Si bien no existe una gran cantidad de información bibliográfica que ahonde en concreto en las necesidades nutricionales de la edad avanzada, en las diferentes regiones o países existen recomendaciones surgidas de ministerios o instituciones públicas o privadas, como es el caso de la extensa y completa “Guía de la Alimentación para personas mayores” publicada en 2010 por el Instituto Danone, o la guía didáctica dirigida a personas mayores de 55 años “La salud: Comer y Moverse” (“La Santé en mangeant et en bougeant”, en el idioma original), en Francia.



Figura 5. Algunas guías relacionadas con la alimentación para personas de la tercera edad

Obras como las anteriores pueden ser consultadas a fin de obtener un mayor conocimiento sobre aquellos aspectos que pueden ser potenciados o considerados en los productos alimenticios que pensados o destinados para la tercera edad.

4.1.2. Ámbito de la usabilidad

Desde el punto de vista del mercado de los productos alimenticios, y con un enfoque más concreto en la usabilidad de los envases de estos productos, las predicción que indican un aumento de la población de mayor edad implica la aparición de una serie de problemáticas, asociadas a la disminución de capacidades físicas que la edad avanzada suele causar. Aunque parte del sector de

población que hoy en día conocemos como “gente mayor” puede tener una gran nivel de actividad y necesitar poca asistencia, hay que tener en cuenta que muchos otros pueden sufrir en mayor o menor medida de ciertas mermas en sus capacidades físicas, con limitaciones a la hora de interactuar con los envases y sus sistemas de apertura. Por poner sólo un ejemplo, tareas tan cotidianas como abrir un paquete de alimentos, así como latas, frascos, etc., o leer una etiqueta, pueden verse seriamente dificultadas con el paso del tiempo, al disminuir la fuerza en las manos, la capacidad visual, u otras capacidades físicas necesarias para manipular dichos envases.

A fin de poner un ejemplo del impacto real de esta clase de problemáticas, de acuerdo a una encuesta realizada en el año 2010 por la organización Age UK, **casi la mitad de la gente que superaba los 65 años (48%) tenía dificultades para abrir las tapas y tapones de productos tan comunes como las botellas de leche**, o los frascos, debido a que los sistemas implementados en dichos productos no resultaban adecuados para ellos. La misma encuesta mostraba asimismo que un **54% de dicha población mostraba claras dificultades a la hora de leer el etiquetado de los productos**, debido a un tamaño de letra demasiado pequeño.

Estas dificultades son el resultado de un diseño de productos, queriendo ser atractivos para un “target” de consumidor general, dejan sin embargo de lado a un gran número de potenciales consumidores que no poseen las mejores condiciones para hacer uso de ellos, debido a la falta o la pérdida de ciertas capacidades que impiden o dificultan su uso. No obstante, con los actuales avances de las metodologías de diseño, y especialmente desde la perspectiva del “diseño para todos” o “diseño inclusivo”, **es posible plantear productos alimenticios usables no sólo por el consumidor “target”, sino por otros segmentos de población que, como en el caso de las personas de más edad, cada vez van constituyendo una porción mayor de todo el mercado de consumidores.**

Los consumidores de mayor edad pueden encontrar problemas con la manipulación o interpretación de la información contenida en los envases de los productos alimenticios, debido a los cambios físicos asociados a la edad, así como a los problemas de salud que de manera puntual o crónica puedan darse. A este nivel, las habilidades físicas más relevantes a considerar en la interacción del consumidor con un envase son la vista, la habilidad mental y la funcionalidad de las manos. Varias investigaciones se han realizado en relación a la habilidad de los consumidores de mayor edad para manipular ciertos sistemas de apertura de envases (asas, anillas, tiradores, tapones giratorios, etc.), demostrándose que **la capacidad (o falta de capacidad) de interactuar con un envase pueden condicionar una decisión de compra.**

A continuación se describen de manera muy resumida algunas de las principales dificultades y trastornos asociadas a la edad, con un alto nivel de influencia en la capacidad de un consumidor para interactuar con el envase de un producto alimenticio:

- **Deterioro Cognitivo:** la edad lleva asociada una pérdida o alteración de las funciones mentales, especialmente la memoria, orientación, lenguaje, reconocimiento visual y comportamiento, que interfiere con la actividad y la interacción social de la personal, viéndose estas cualidades especialmente afectadas cuando enfermedades degenerativas como el Alzheimer aparecen.

- **Pérdida de Movilidad:** existe una disminución en la velocidad de los movimientos y las reacciones, existiendo en ocasiones dificultades para andar. Otros problemas, como la dificultad para asir o manipular objetos pequeños, o la realización de tareas que requieran precisión manual, pueden darse.
- **Pérdida de Capacidades Visuales:** en la gente mayor, muchas enfermedades, como por ejemplo las cataratas, la degeneración macular, retinopatías de origen diabético, o el glaucoma, pueden llevar a la pérdida de visión, la aparición de puntos negros en el campo de visión, o causar dificultades para ver de cerca, o para percibir los colores, entre otros.
- **Enfermedades que afectan a las extremidades:** dentro de este grupo se engloban enfermedades como la artritis o la osteoartritis, que afectan a articulaciones y ligamentos, con resultado de la aparición de dolores, y limitaciones en el movimiento.
- **Fracturas:** algunas fracturas, como la de muñeca, son más comunes en la gente de edad avanzada. Las fracturas que además llevan asociadas daños en los ligamentos de la muñeca pueden causar dolor crónico y pérdidas significativas de movilidad en las manos.
- **Enfermedades neurológicas:** enfermedades como el Parkinson se caracterizan por provocar temblores involuntarios y dificultad en el movimiento y coordinación, que afecta a nivel global y con carácter especial a las manos.

Enfermedades y trastornos como los anteriores afectan de manera especial a las personas de mayor edad, pero hay que tener en cuenta que en muchas ocasiones hacen acto de presencia en edades más tempranas. Desde un punto de vista humano, es evidente que existen una serie de aspectos funcionales que deben ser tenidas en cuenta a la hora de diseñar el envase de un producto alimenticio, pues sin ellos gran parte de los potenciales consumidores corren el peligro de quedar marginados. Desde un punto de vista empresarial, **las personas con dificultades funcionales constituyen una porción del mercado muy importante**, de tal forma que tener en cuenta sus necesidades a la hora de desarrollar un producto es aumentar el número de potenciales consumidores del mismo.

4.1.2.1. Potenciales mejoras en el envasado: materiales

A continuación se abordarán los principales envases de productos alimenticios que pueden encontrarse, a fin de establecer las principales mejoras que pueden ser planteables sobre los mismos para hacerlos más accesibles a los sectores de población de mayor edad:

Papel y cartón



Son envases que se utilizan normalmente para productos que han de ser consumidos en cortos espacios de tiempo, por lo que una vez abiertos, normalmente ya no existe la necesidad de volver a

cerrarlos. En otros casos, son utilizados para almacenar productos durante períodos ligeramente más largos, siendo este el caso de productos como los huevos, que suelen presentar sistemas sencillos que ayudan a almacenar el producto hasta su consumo total. No obstante, siguen existiendo algunos productos específicos, que por su tamaño (por ejemplo, en una de las imágenes un sándwich), pueden ser consumidos parcialmente, **no siendo habitual encontrar envases de papel/cartón que permitan almacenarlos adecuadamente durante el corto intervalo de tiempo que pueda pasar hasta su consumo total**. En estos casos la solución pasaría por diseñar envase de cartón más resistentes, y con sistemas de apertura y cierre claramente identificados, que eviten la rotura del envase y permitan el almacenamiento del producto no consumido.

Vidrio

Uno de los mayores problemas que presenta el vidrio de cara a su usabilidad como envase es que por una parte, al ser su acabado superficial liso, **puede deslizarse con cierta facilidad, y provocar ello no sólo caídas accidentales, sino dificultades para su apertura por falta de agarre**. Una solución sencilla para evitar estos problemas es la **inclusión de rugosidades o texturas** en el envase, que favorezcan el agarre. Por otra parte, **los sistemas de apertura y cierre normalmente incluidos en esta clase de envases implican la realización de esfuerzos de torsión, lo cual es dificultoso para usuarios con pérdidas de fuerza en las manos o dificultades de movilidad**. En este sentido, cuando los envases de vidrio tienen tapas o tapones de gran diámetro, estos no siempre presentan estrías o formas que favorezcan la aplicación de la fuerza de torsión necesaria. Respecto a este último aspecto, los procesos de calidad de los fabricantes deberían asegurar que la fuerza de giro necesaria para lograr la apertura del envase no es demasiado alta, a fin de permitir su apertura sencilla.



Metales

Si bien los envases metálicos se encuentran de manera muy común en una gran variedad de productos, existen una serie de inconvenientes asociados a la mayor parte de ellos. Quizás el **principal factor que los limita suele ser sus sistemas de apertura**. Si bien la mayor parte de las latas incluyen ya sistemas de anilla que favorece su apertura, los mismos siguen **demandando una cantidad considerable de fuerza, y por otra parte siguen siendo muchos los casos en los cuales es necesario el uso de un abrelatas**, con la dificultad añadida que ello supone para usuarios con dificultades para manipular los instrumentos y aplicar las fuerzas necesarias. Por otra parte, otro de los problemas comunes a cualquiera de los sistemas anteriores es que **una vez abierto el envase ya no se puede volver a cerrar**, de tal modo que si no se consume todo el contenido de la lata, en la misma no es posible preservar el alimento hasta su consumo total.



Posibles mejoras en estos sistemas pasan por **incluir sistemas que favorezcan la apertura de estos envases, incluyendo anillas, tiras o lengüetas que requieran menor fuerza para la apertura de la lata**. Del

mismo modo, la **inclusión de tapas que permitan cerrar el envase una vez abierto** este permitiría conservar el alimento no consumido.

Plástico

Si bien dada la variabilidad de los productos envasados en plástico es difícil establecer una serie de problemáticas comunes a todos ellos, quizás una de las mayores dificultades que pueden estar asociadas al uso de plástico como envase están referidas a la facilidad de apertura y cierre de los mismos, y su capacidad para actuar como contenedores que protejan y preservar el producto una vez abierto este. Así, **suele ser común la necesidad de utilizar cuchillos o herramientas punzantes y con filo para abrir envases plásticos** de



productos tales como galletas, bacon, salchichas, jamón, queso, envases al vacío, carne cocida, comida congelada, etc. En estos casos, existe un peligro asociado al uso de este tipo de instrumentos por personas con dificultades para manipularlos, pudiendo dar lugar a heridas no deseadas. Como solución a esto, es cada vez más común la **inclusión de lengüetas en este tipo de envases, pero que resultan sólo efectivas cuando están claramente señalizadas, no requieren de gran fuerza, y además permiten cerrar el envase de una manera que aporte protección al contenido restante.**

Envases híbridos

Una de las principales dificultades que presentan este tipo de envases (como por ejemplo los tetra briks) es que **no en todas las ocasiones presentan sistemas de apertura que faciliten el uso y la conservación del producto.** Suele ser todavía común encontrar multitud de envases que han de ser abiertos mediante el uso de tijeras, lo cual implica a su vez que una vez abierto, el producto queda expuesto a las condiciones del ambiente en el que se encuentre, lo que puede implicar la rápida degradación del mismo.



Por otro lado, **no siempre puede resultar sencillo identificar envases que ya han sido abiertos de los que no**, por lo que una posible mejora pasa por que los sistemas de cierre sean semitransparentes, permitiendo diferenciar claramente cuando ya han sido abiertos por primera vez.

4.1.2.2. Potenciales mejoras en el envasado: sistemas de apertura y cierre

La existencia de defectos de diseño, llevan a la aparición de dificultades a la hora de abrir los envases, siendo también fuente del uso inapropiado de herramientas para su apertura (el uso de cuchillos o el mal uso de otro tipo de elementos puede llegar a causar heridas al usuario). Un mal diseño, o una falta de claridad en la información de uso de estos sistemas puede ser motivo para forzar al consumidor a cortar o romper el envase, llevando inevitablemente a la pérdida de función del mismo, y dando lugar a la aparición de riesgos por un mal uso de los mismos.

A continuación se listan los diferentes tipos de sistemas de cierre que son comúnmente implementados en los alimentos, describiendo de manera simple sus principales características, así como sus limitaciones y posibles mejoras.

Anillas

La anilla es un sistema muy habitual en productos enlatados, así como en frascos de cristal o botes de plástico. **Las anillas necesitan de la aplicación de una determinada fuerza para su apertura**, siendo esta muy variable según el tipo de envase.



También están siendo aplicados sistemas de anilla para la apertura de botellines, como sustitutos de sistemas más tradicionales como las chapas, que no requieren de instrumentos accesorios para su apertura, y no demandan de gran fuerza física.

Por citar otros ejemplos de productos en los cuales todavía son posibles grandes mejoras, en productos como las latas de conserva, **siguen existiendo problemas relacionados con la fuerza y destreza necesaria para abrir esta clase de envases** otra lado, la mayor parte de los cuales se podría mitigar incluyendo anillas que con un mayor tamaño permitieran aplicar esfuerzos mayores disminuyendo el esfuerzo del usuario.



Tapas selladas



Estos sistemas de cierre (se encuentran muy frecuentemente en productos lácteos) **pueden suponer un problema especialmente para la capacidad de apertura de los consumidores ancianos**, pero también puede causar problemas para los nuevos productos en los que el consumidor no esté familiarizado con la situación de la pestaña para la apertura, o esta no sea clara.



Tapones roscados



Existen algunas problemática relacionadas con el uso de estos sistemas por personas mayores o personas con alguna discapacidad que afecte a las manos, debido a la reducción de fuerza física, pudiendo tener un **gran impacto en la habilidad del consumidor para abrir el envase**, o asegurar un cierre y conservación adecuados.

Las mejoras de cara a favorecer el uso de estos sistemas por parte de colectivos con dificultades pasan por **disminuir la fuerza necesaria para su apertura**, así como **facilitar el agarre en los tapones de mayor diámetro**, incluyendo rugosidades o formas que faciliten su uso.

Tapas (recipientes al vacío)



Este tipo de cierre causas problemas de manera muy frecuente a los consumidores de mayor edad, porque **requiere de una considerable fuerza de torsión**. Esto es un gran problema para personas con pérdida de fuerza o movilidad en las manos, ya que son sistemas que aparte de fuerza demandan un buen agarre, y por poner un ejemplo algunos pacientes reumáticos pueden sólo usar la palma y el pulgar.

La gran fuerza necesaria para abrir estos envases está directamente relacionada con la presencia de vacío en los mismos. **Una solución para esta problemáticas es la inclusión de lengüetas que permitan eliminar de manera sencilla el vacío del envase**, facilitando enormemente la apertura posterior de la tapa del envase.



Chapas

Estos sistemas presentan el gran inconveniente de que **sólo pueden ser abiertos mediante el uso de herramientas**, que limitan la habilidad de un buen número de personas a la hora de abrirlos. **Estos sistemas están siendo progresivamente sustituidos por tapas roscadas, o tapones que se pueden abrir mediante anillas**.



Cierres tipo “Zip”



La única problemática que presentan es que **algunos usuarios pueden no percatarse de la inclusión de estos sistemas en envases que todavía no los incluyen de manera habitual**, de forma que podrían ser abiertos mediante cortes que inutilizarían el sistema. En estos casos, los envases deben de ser muy claros en cuanto a su inclusión y funcionamiento.

4.1.2.3. Normativa de utilidad en relación al diseño de envases

En lo relativo al **diseño de envases, no existe una legislación que aplique de manera específica a la gente de la tercera edad. No obstante, la norma ISO 11156:2011 titulada “Diseño Accesible de Envases: Requerimientos generales”, establece un marco de cumplimiento voluntario para el diseño de envases accesibles**, de tal forma que la mayor parte de las personas, incluida personas con diferentes entornos lingüísticos, personas mayores y personas con capacidades sensoriales, físicas o cognitivas mermadas, puedan manejar apropiadamente los mismos y su contenido. Las recomendaciones de diseño incluidas en la norma están basadas en la necesidad de introducir principios de ergonomía en el diseño de envases, a fin de incrementar su accesibilidad, en todos los aspectos relativos al diseño de los envases, como puedan ser la información, identificación, manejo, apertura y eliminación de contenidos, almacenamiento, separación y desechado.

4.1.2.4. Importancia del etiquetado

A la hora de diseñar una etiqueta, los productores deben de poner **especial atención en dos aspectos: el tipo de letra de las etiquetas y los colores empleados para los textos y fondos de la etiqueta**. No todos los tipos de letra son iguales en cuanto a su legibilidad, y no todos los colores resultan fáciles de identificar para personas mayores, o que padezcan trastornos como la degeneración macular o glaucoma.

De manera general, etiquetas con negrita y un fondo que contraste son más fáciles de identificar y leer. Las personas mayores pondrán una especial atención a los colores, no solo el color del envase, sino de las letras también. Así, es necesario asegurarse de que tanto el tamaño como el color de la fuente es el adecuado, sin que existan superposiciones de colores que puedan causar confusión o que hagan que los textos no sean fácilmente identificables. Las fuentes a utilizar deberían ser grandes y fáciles de entender.

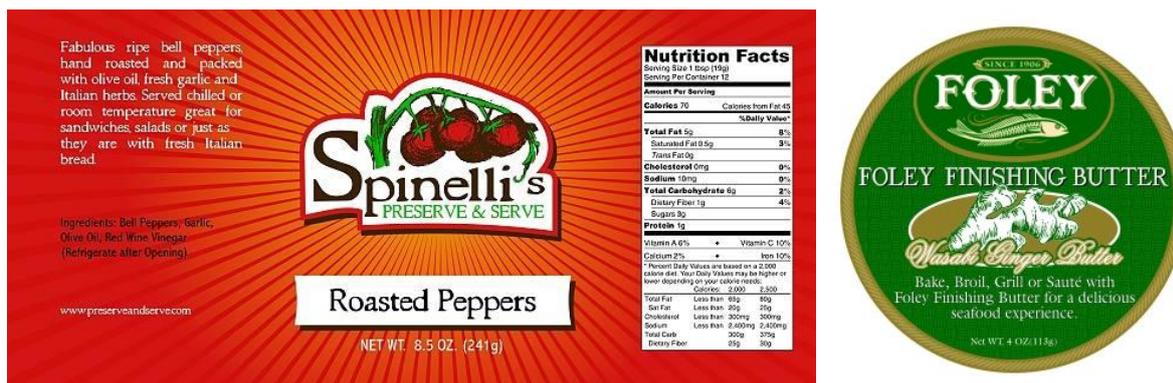


Figura 6: ejemplos de colores donde los tipos de letra y fondos no ayudan a leer el contenido

Del mismo modo, a la vez que los ojos envejecen, las personas mayores perciben de distinta forma los colores, con los colores más claros (blancos) adquiriendo cierta tonalidad amarillenta. La legibilidad es también un problema para las personas que han perdido parte de sus capacidades de visión. Las normativas requieren la inclusión cada vez de más y más etiquetas diferentes, al mismo tiempo que con ello disminuye el espacio disponible para los mismos, lo cual es un aspecto que va en contra de las capacidades de las personas mayores.

Se resumen en la siguiente tabla algunas de las problemáticas más comunes asociadas con la mala legibilidad de las etiquetas de los productos alimenticios:

Problema	Sugerencia
Deslumbramiento causado por la luz que se refleja en la etiqueta	Uso de materiales no reflectantes
Reducida legibilidad debido al efecto combinado de material de la etiqueta, y el pequeño tamaño y tipo de la letra	Crear un fuerte contraste entre el tipo de letra y el fondo Usar fuentes en negrita
La información más importante no aparece en la misma parte del envase	Poner la información crítica de manera que se vea de manera unificada, y en cualquier caso al menos no en caras opuestas entre sí.
Parte del texto sólo puede ser leído volteando el envase o cambiándolo de posición	Orientar el texto en la misma dirección
Dificultad para reconocer la información importante	Usar espacios en blanco para enfatizar la información de más importancia
Tamaños de letra pequeños y difíciles de leer	Utilizar tipos de letras con tamaño al menos 12
Frases en letras mayúsculas (todas las letras) o cursiva son difíciles de leer	Usar mayúsculas y minúsculas

Problema	Sugerencia
Los tipos de letra que simulan la escritura a mano son difíciles de leer	Usar tipos de letras fácilmente legibles
Letras, palabras y líneas con poca distancia entre caracteres son difíciles de leer	Establecer un espaciado suficiente entre letras, palabras y líneas
Texto ilegible sobre una imagen o logotipo	No colocar texto sobre las imágenes o logotipos

Tabla 4. Resumen de problemáticas comunes en relación con el etiquetado de productos alimenticios y sugerencias para evitarlos

4.2. Servicios

Cuando se aborda la temática de la alimentación para mayores, muchas veces se comete el error de abordar la misma exclusivamente desde el punto de vista de productos, o desde el punto de vista de las organizaciones productoras de productos alimenticios. Si bien el desarrollo de productos alimenticios adaptados a la tercera edad es sin duda un paso imprescindible para lograr una mejora del bienestar y la salud en esos grupos de edad, en una sociedad como la actual **la existencia de servicios que faciliten el acceso de las personas mayores a dietas y productos saludables resulta asimismo de una gran importancia**. Como se ha desarrollado con anterioridad, no todas las personas que se pueden englobar dentro de lo que conocemos como “tercera edad” han de tener las mismas capacidades en relación a los productos, pues por ejemplo:

- No todas las personas de la tercera edad tienen la misma capacidad física para desplazarse a un establecimiento donde poder comprar un producto
- No siempre estas personas residen en poblaciones con acceso a los puntos de distribución de productos más comunes, y muchas personas necesitan de hecho que los productos les sean suministrados en sus propios hogares.
- No todos ellos disponen de conocimientos o información que les permite conocer que productos son los que más le convienen.

Es por motivos como los anteriores que el campo de la alimentación para mayores abre una serie de oportunidades de negocio no sólo en el ámbito del producto, sino en el de la creación y prestación de servicios adaptados.

A continuación se desarrollarán brevemente algunos ejemplos de experiencias detectadas en las regiones que participan en el proyecto BIO LIFE en relación a los ámbitos de aplicación relacionados con la alimentación de la tercera edad.

4.2.1. Accesibilidad y dependencia en áreas rurales

En Asturias, entre los años 2002 y 2009 existió una iniciativa llamada "**Rompiendo Distancias**", en la Mancomunidad de la Sidra, que se centró en la mejora del nivel de vida de las personas de edad avanzada que viven en su casa. **Este servicio consistió en la entrega a domicilio de comidas completas y equilibradas que no necesitaban ninguna otra preparación.** La elaboración y el envasado de los alimentos aseguraban el mantenimiento de una cadena de frío, a fin de asegurar la máxima calidad de las comidas. De 2002 a 2009, el número total de usuarios fue de alrededor 70, con un promedio de edad de 76 años, requiriendo el 64% de ellos de una dieta adaptada, sirviéndose 14.713 menús a lo largo de la vida de la iniciativa.

En Suecia, existe el denominado servicio de "**comidas sobre ruedas**". Este servicio funciona en base a **la preparación de platos, ya sea por empresas privadas o por servicios de titularidad pública, y el transporte a los usuarios a través de distribuidores específicos o personal de ayuda a domicilio.** La distribución se realiza de manera diaria o una vez a la semana. Este mismo tipo de servicios existen también en Francia, donde servicios muy similares son realizados por empresas o por cocinas de propiedad pública, pero normalmente sólo se dan en ámbitos urbanos y poblaciones más pequeñas o aisladas no tienen acceso a este tipo de servicios. En ambos casos este tipo de servicios reciben una ayuda financiera proporcionada por organismo público.

Por último, en Finlandia existen también algunas buenas prácticas destacables en este sentido, como el "**Servicio de Comestibles**", un servicio de reparto de alimentos a domicilio, conocido como "bolsa de la compra". El servicio está **diseñado para mayores que viven en casa, de tal forma que los pedidos se realizan por Internet por los propios mayores, y son llevadas directamente a sus viviendas una vez por semana, a través de redes de distribución específica.**

4.2.2. Alimentación sana a través de la integración social

En numerosas ciudades de España, y en algunas poblaciones asturianas (como por ejemplo Gijón), los ayuntamientos ponen a disposición de las personas de la tercera edad **espacios públicos para el cultivo de sus propios alimentos**, de modo que esta medida es una forma de fomentar la alimentación natural y sana, a la vez que fomenta la actividad física de las personas en esos rangos de edad, y favorece la integración social con personas de similar edad.

Otras medidas que apuestan también por mezclar la alimentación sana con la integración social de personas de la tercera edad es el programa han sido tomadas en ayuntamientos como el de la Coruña en el pasado, que durante el año 2010 llevó a cabo una experiencia piloto, consistente en el reparto de una serie de **vales de descuento para menús saludables, dirigidos a mayores de 65 años.** Aparte de tener más de 65 años, para beneficiarse del programa la persona debía residir en el municipio de La Coruña, vivir sólo y tener unos ingresos mensuales menores de 1.000 €. Por su parte, los restaurantes que quisieran asociarse a este programa debían comprometerse a permanecer en el programa durante un año, identificar de manera visible su adhesión al programa, y no sobrepasar un coste de menú de 7 €, aparte de contemplar medidas como facilitar el que la persona que hace uso del servicio pueda llevarse la comida no consumida a su domicilio sin ningún coste o molestia extra. El objetivo básico de este programa fue el de facilitar a personas mayores que viven en soledad el

acceso a menús saludables, en un ambiente que favorezca la interacción con otras personas en parecida situación. Durante el año de funcionamiento de este programa se estima que fueron servidos más de 50.000 menús.

4.2.3. Concienciación y obra social.

Un ejemplo de servicios relacionados con la formación en alimentación para personas de la tercera edad, el **Programa Jagoten**, organizado por el Consorcio de Servicios Sociales de Mungialde (Vizcaya), ofrece una carta de servicios orientados a mejorar los estándares de vida de las personas mayores y de sus familiares cuidadores. **Una de las actividades contenidas en el Programa se centra de manera específica en impartir cursos y talleres sobre nutrición, que incluyen clases teóricas y prácticas sobre cocina.**

De manera similar, en otras regiones europeas se ha venido implementando **programas formativos orientados a la tercera edad, con ciertos contenidos en relación a la nutrición en esas etapas de la vida.** Es el caso por ejemplo de la “Universidad para Mayores”, en la región de Wielkopolska en Polonia, donde los mayores pueden matricularse en cursos impartidos por especialistas de diversos campos del conocimiento, con numerosas conexiones con el ámbito de la nutrición y el desarrollo de dietas adaptadas.

En países como Francia y España, las empresas especializadas en la gestión de residencias de ancianos o promotores inmobiliarios están empezando a crear **espacios donde las personas mayores puedan vivir de manera independiente, facilitando además el acceso en estas zonas a servicios de transporte, enfermería y comida.** Esta práctica suele consistir en la construcción de viviendas/edificios donde personas de edad avanzada puede comprar una casa o un piso, con acceso a servicios como los comentados. No son todavía muy habituales, pero se trata de una solución que ayuda a que las personas mayores puedan mantener una mayor independencia, favoreciendo a la vez la interacción social con personas en su misma situación

4.3. Otros ámbitos de actuación.

A la hora de responder a las necesidades y problemáticas de la tercera edad, no siempre la solución pasa por el desarrollo de nuevos productos alimenticios y la prestación de servicios comentados. Menumat (dispositivo desarrollado en Finlandia) es un buen ejemplo de ello. Menumat es un dispositivo que combina un horno de convección, un congelador, un sistema de estantería inteligente y una unidad de control, de forma que en su interior permite almacenar, conservar y clasificar un gran número de platos precocinados, y mediante la unidad de control (que dispone de un equipo informático sencillo con conectividad inalámbrica a Internet), es posible realizar pedidos desde el propio equipo a un servicio de catering.



Figura 7. Equipo MenuMAT

Así, en Finlandia este sistema es de ayuda a los sectores público y privado que se dediquen a la provisión de servicios de comida a domicilio, beneficiándose numerosos municipios del uso de este sistema, especialmente pensado para personas que viven solas, contando además con el asesoramiento de cuidadores profesionales.

MenuMAT es sólo un ejemplo de que **es posible desarrollar equipos/dispositivos no existentes que faciliten una alimentación adecuada a personas de la tercera edad, lo que supone un amplio campo de desarrollo para organizaciones con la capacidad de idear y desarrollar dispositivos como el comentado.**

5. De la idea al mercado: impacto en la economía regional.

Como ya se ha comentado, el proyecto BIO LIFE tiene como objetivo analizar, desarrollar e intercambiar buenas prácticas, dentro del sector de alimentación, enfocadas a satisfacer una serie de necesidades para la población de mediana y avanzada edad. Bajo este trasfondo social y colaborativo, el proyecto también persigue **contribuir a mejorar el desarrollo económico regional** a través de diversas formas:

- Mediante el **desarrollo de nuevos productos / servicios** por parte de las empresas pertenecientes a la industria agroalimentaria o de embalaje. De esta manera, se contribuirá a **mejorar y a consolidar su posición en el mercado** e incluso a **acceder a otros nuevos** ante las nuevas oportunidades que brindan las necesidades en alimentación para la tercera edad.
- Este desarrollo traerá consigo un **fortalecimiento en las relaciones existentes entre empresas y organismos de innovación de la región**, quienes deberán cooperar para tratar de llevar al mercado los resultados obtenidos en proyectos de I+D colaborativos.
- Esta nueva oportunidad de mercado podría motivar la **creación de nuevas empresas**: bien por iniciativas particulares, a través de organismos de innovación (centros tecnológicos, centros de investigación o universidad) mediante la generación de nuevas spin-off o a través de empresas ya existentes que pretenden comercializar un nuevo producto o servicio desvinculándolo de alguna manera de su línea de actividad general.
- Si bien el proyecto se centra en el estudio de necesidades relacionadas con la alimentación para la población de mediana y avanzada edad, esto podría provocar **un efecto “llamada” en otros sectores** quienes verían también oportunidades en la creación de nuevos productos o servicios adaptados a ellos.

Por tanto, ante esta situación en la que **innovación** va a jugar un papel fundamental, parece claro establecer un **mapa regional de agentes** que de alguna manera ayuden tanto a empresas como a particulares a iniciar el proceso. En este sentido, podemos establecer una diferenciación basada en su ámbito de actuación concentrado en las siguientes áreas: científica, tecnológica y de innovación incluyendo también a otros agentes de soporte a la innovación.

5.1. Oferta científica.

La oferta científica en el Principado de Asturias se apoya fundamentalmente en la Universidad de Oviedo, que cubre la mayoría de las disciplinas científicas, y cuya actividad está complementada con la existencia de Centros de Investigación (CI).

UNIVERSIDAD E INSTITUTOS UNIVERSITARIOS DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

UNIVERSIDAD DE OVIEDO (VICERRECTORADO DE SERVICIOS DE INVESTIGACIÓN)
Institutos Universitarios
Instituto de Química Organometálica “Enrique Molés”
Instituto Universitario de Oncología
Instituto Universitario de Biotecnología
Instituto Universitario de Tecnología Industrial
Instituto Feijoo de Estudios del Siglo XVIII
Instituto Universitario de la Empresa
Instituto de Recursos Naturales y Ordenación del territorio (INDUROT)
Centro de Cooperación y Desarrollo Territorial (CECODET)
Centro de Inteligencia Artificial
Instituto de Ciencias de la Educación

Los centros de investigación que están presentes en el Principado de Asturias se pueden ver en la siguiente tabla:

CENTROS DE INVESTIGACIÓN DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

Denominación	Área	Gestión
Centro Oceanográfico de Gijón	Acuicultura marina	Instituto Español de Oceanografía.
Instituto de Productos Lácteos (IPLA)	Agroalimentación	CSIC
Instituto Nacional del Carbón (INCAR)	Minerales, Energía, Medio ambiente	CSIC
Servicio Regional de Investigación y Desarrollo Agroalimentario (SERIDA)	Agroalimentación	Principado

5.2. Oferta tecnológica y de innovación.

La oferta tecnológica y de innovación tiene como misión fundamental el generar y difundir el conocimiento y las tecnologías utilizables por los demás agentes del Sistema Asturiano de Ciencia, Tecnología e Innovación. Su actividad se vincula, principalmente, a la realización de investigación y desarrollo tecnológico, especialmente en lo referido a tareas de transferencia de tecnología, realización de labores de vigilancia tecnológica, asesoramiento técnico y difusión.

Todo ello de cara a prestar servicios a las PYMEs y micro Pymes de la región y a promover procesos de innovación en ellas. Dentro de la **oferta tecnológica y de innovación**, se encuentran los centros tecnológicos. El entorno tecnológico en el Principado de Asturias está formado por los siguientes:

CENTROS TECNOLÓGICOS DEL PRINCIPADO

Instituto Tecnológico de Materiales (ITMA)
Centro Tecnológico del Acero y Materiales Metálicos (CEAMET)
Centro Tecnológico del Diseño y Promoción Industrial (PRODINTEC)
Centro Tecnológico de la Información y las Comunicaciones (CTIC)
Centro Tecnológico Fundación Barredo

Además de los centros tecnológicos, existen en el Principado otros organismos que proporcionan servicios tecnológicos a las empresas o a la Administración:

ORGANISMOS PROVEEDORES DE SERVICIOS TECNOLÓGICOS

Centro de Experimentación Pesquera
Laboratorio Interprofesional Lechero (LILA)
Laboratorio de la Asociación de Investigación de Industrias Cárnicas
Laboratorio del Servicio de Geología y Materiales

5.3. Infraestructuras de soporte a la innovación.

Las infraestructuras de soporte a la innovación están constituidas básicamente por los distintos tipos de organismos que, por un lado, realizan actividades de intermediación entre los centros de la oferta científica, tecnológica y de innovación y el sector empresarial, y, por otro, prestan una serie de servicios de apoyo a la actividad innovadora. Contribuyen a dinamizar el tejido empresarial y a propiciar su interacción con el entorno científico-tecnológico como mecanismo para que se difundan y generalicen los procesos de innovación.

- **La Fundación para el Fomento en Asturias de la Investigación Científica Aplicada y la Tecnología (FICYT)** tiene por objeto promover, incentivar y promocionar aquellas actividades de investigación, desarrollo tecnológico e innovación, de todos los aspectos de la vida

económica y social, que puedan contribuir al desarrollo y mejora de las condiciones de vida de la comunidad asturiana.

- El **Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias (IDEPA)** lleva a cabo acciones orientadas a materializar la política de promoción empresarial del Gobierno regional. Su misión es promover la modernización, la diversificación, y favorecer la competitividad del tejido empresarial asturiano para lograr un desarrollo equilibrado y sostenido de la región.
- Las **Oficinas de Transferencia de los Resultados de la Investigación (OTRIs)** fueron promovidas desde la Administración central a finales de 1988 para hacer más fluidos los cauces de transmisión de los resultados de la I+D hacia las empresas, tanto a escala nacional como europea. Su misión fundacional consiste en identificar las necesidades de las empresas y contribuir a convertir los resultados de I+D en nuevos productos y servicios.

OTRIS DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

OTRI de la Universidad de Oviedo (1996)
OTRI de la FICYT (1997)
OTRI del ITMA (2000)

- El Principado cuenta con el **Centro de Enlace para la Innovación Galactea**, ubicado en la FICYT, que tiene el objetivo de fomentar la cooperación tecnológica entre empresas y centros de investigación de Asturias y sus homólogos en 32 países europeos, a través de la transferencia de tecnología transnacional, y contribuir a la consolidación de la infraestructura europea de apoyo profesional a la innovación.
- Los **Centros Europeos de Empresas e Innovación (CEEI)** aparecen en 1984 como resultado de un programa de la Dirección General de Política Regional (DGXVI) de la Comisión Europea. En Asturias, el objetivo fundacional del **Centro Europeo de Empresas e Innovación del Principado de Asturias** es dinamizar los recursos regionales para fomentar la aparición y expansión de empresas innovadoras, tanto mediante el apoyo a la creación como mediante la diversificación de las existentes.
- En el Principado de Asturias también están presentes los **parques científicos y tecnológicos**. Los parques tecnológicos consisten en amplias ubicaciones puestas a disposición de empresas y centros tecnológicos. Buscan la creación de un caldo de cultivo favorable a la aparición de empresas innovadoras y de alto contenido tecnológico. Para que esto se produzca, es necesario la influencia próxima de Universidades, CIs y centros tecnológicos, que generen un flujo de conocimiento hacia las empresas que resulte aprovechable.

PARQUES CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS DEL PRINCIPADO

Parque Tecnológico de Asturias
Parque Científico-Tecnológico de Gijón

- Hay **otro tipo de agentes que actúan como infraestructuras de soporte a la innovación** en el Principado de Asturias, cuya aportación principal a la capacidad de innovación del sector empresarial está basada en la prestación, entre otros, de servicios de formación, así como organismos de la Administración directamente relacionados con la investigación científica y el apoyo a la innovación.

OTROS AGENTES DE SOPORTE A LA INNOVACIÓN DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

Federación Asturiana de Empresarios (FADE)
Asociación Asturiana de Jóvenes Empresarios (AJE)
Asociaciones Empresariales
Cámaras de Comercio, Industria y Navegación
Club Asturiano de la Innovación
Club Asturiano de la Calidad
Fundación Asturiana de la Energía (FAEN)
Fundación Asturiana de Medio Ambiente (FAMA)
Clúster Sectoriales

- Por último, existen organismos de interfaz capaces de dar o complementar el soporte financiero a los agentes anteriormente descritos.

SOPORTE FINANCIERO

Sociedad de Garantía Recíproca de Asturias (ASTURGAR)
Sociedad Regional de Promoción (SRP)
Sociedad para el Desarrollo de las Comarcas Mineras (SODECO)

6. Conclusiones

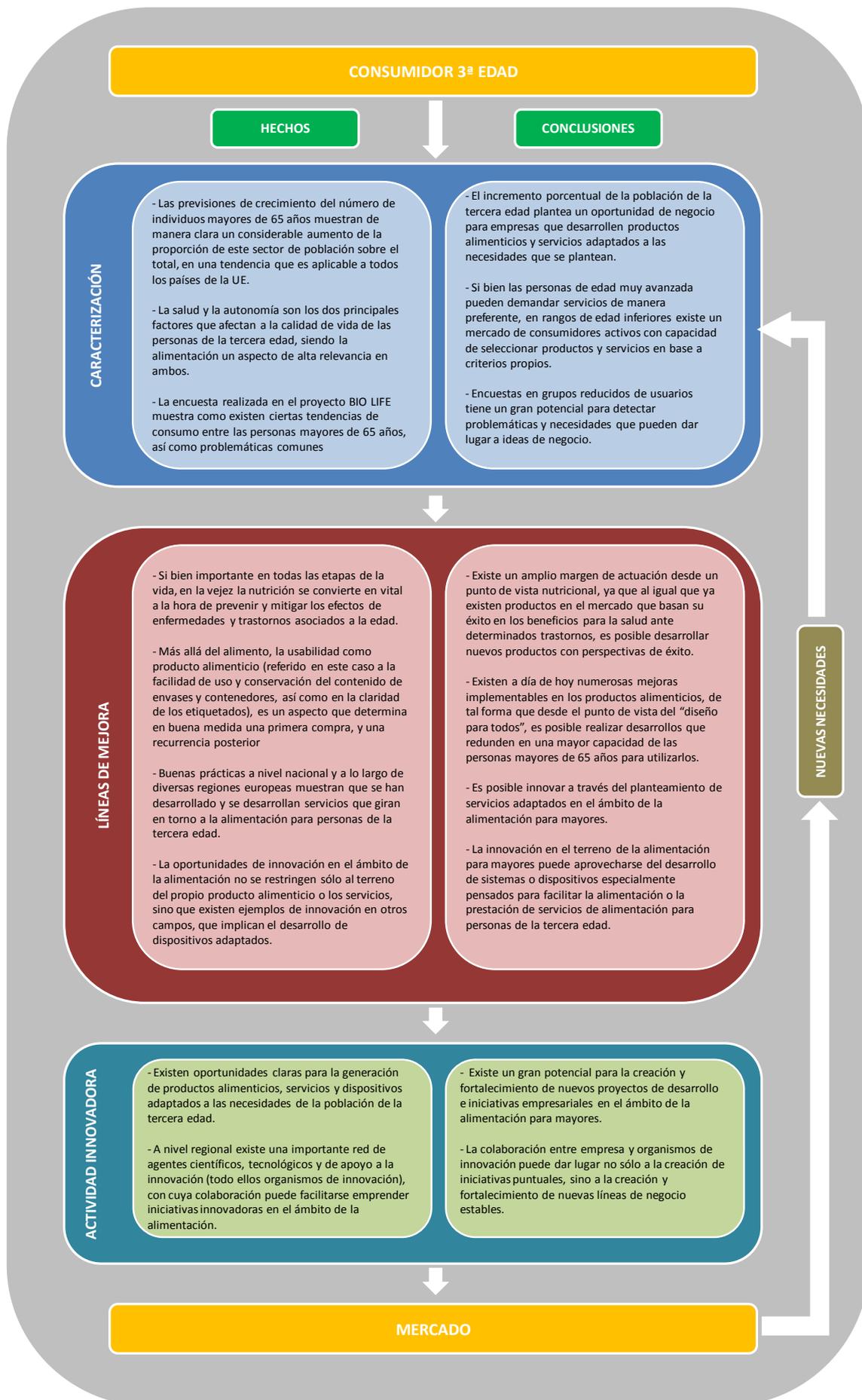
Con este documento se ha pretendido plasmar una realidad cercana en cuanto a la alimentación para una población de tercera edad en clave asturiana pero también con una proyección internacional, haciendo hincapié en los siguientes aspectos:

- La tercera edad es hoy por hoy un grupo de usuarios con necesidades diferenciadas, y como sector de población en claro crecimiento, estos hechos marcan la existencia de un mercado de consumidores que pueden responder positivamente antes productos y servicios adaptados. A raíz de ello surge la necesidad de trabajar de manera importante en la adecuada caracterización de este grupo de población.
- Existen líneas claras de mejora a partir de las cuales innovar en productos (básicamente partiendo de necesidades nutricionales específicas, para prevenir y mitigar el efecto de enfermedades y trastornos asociados a la edad, así como desde el punto de vista de la usabilidad) y servicios alimenticios (buenas prácticas a nivel nacional y europeo así lo demuestran).
- El binomio emprendimiento e innovación se ha planteado como oportunidad en el campo de la alimentación para mayores, con un mapa regional de organismos y entidades de apoyo con el que establecer sinergias y desarrollar conjuntamente nuevas líneas de colaboración.

De este modo el desarrollo de productos alimenticios y servicios adaptados a las necesidades de las personas mayores se podría asimilar a un proceso, que gráficamente se podría ilustrar de la siguiente manera:



Como punto final del documento, en el siguiente diagrama se ha querido sintetizar los principales aspectos que hacen de la temática de la alimentación para mayores una línea de trabajo de alto interés para empresas y organismos de apoyo a la innovación. Esperamos que este documento haya sido de lectura amena, y que haya sido ilustrativo del potencial interés para el tejido empresarial de trabajar en la temática abordada.



7. Bibliografía

El envejecimiento de la población en Asturias. Consecuencias económicas e impacto sobre el gasto público (2010). Manuel Hernández Muñiz.

Plan estratégico del sector agroalimentario en Asturias (2009). Capgemini Consulting.

Artículo “Biofood: Innovación hecha en España” - Expansión (07-06-2011).

Artículo “Comida para población de mediana y avanzada edad” – Ana B. Antelo.

Artículo “Una buena dieta para la tercera edad” - El Comercio (26-06-2011).

Boletín sobre envejecimiento – Artículo “Salud mental y bienestar para población de tercera edad” Diciembre 2010. IMSERSO.

Guía sobre alimentación y salud en las diferentes etapas de la vida: Tercera edad.

Informe “Nutrición y recomendaciones en dietética para la tercera edad”. Grupo de trabajo “Salud pública”. Sociedad Española de Nutrición (SEN).

Adducci B., Keller A., 2009. Packaging 01. Claves del diseño. Gustavo Gili. www.ageuk.org.uk

Applying Universal Design to Child-resistant Packaging. Javier de la Fuente and Laura Bix. Michigan State University.

Aragall F., 2008. Diseño para todos: Un conjunto de instrumentos. Design for all Foundation. www.fundaciononce.es/SiteCollectionDocuments/Publicaciones/DISEOPARATODOSUnconjuntodeinstrumentos.pdf

Calver G., 2004. What is packaging design? Gustavo Gili.

Case study: Opening up: Packaging that can be opened by everyone. 2002. The Helen Hamlyn Research Centre.

Centre for Economic & Social Inclusion www.cesi.org.uk

Design for All Foundation www.designforall.org

Designing for Inclusion: designer-relevant biomechanical data. 2008. SPARC- Strategic Promotion of Ageing Research Capacity.

Design for patient safety. A guide to the graphic design of medication packaging. 2006. The Helen Hamlyn Research Centre.

*EIDD- Design for All Europe (European Institute for Design and Disability) www.designforalleurope.org
European Older People’s Platform (AGE) www.age-platform.org*

Fundación ONCE www.fundaciononce.es

Food packaging and its influence on Thai' elderly consumer's food choices. 2010. Pittiporn Ounsuvan. Massey University.

García Camino M., Kriteria Consultores Sociales, 2010. Estudio para la identificación de requisitos de usuarios en relación con el diseño de envases de helados. Fundación ONCE y Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES).
www.fundaciononce.es/ES/Documents/Estudio%20criterios%20envases.pdf

Goodwin E., Hartshorn R., 2002, Inclusive Design Education Resource. Design Council and The Helen Hamlyn Research Centre.
www.designcouncil.info/inclusivedesignresource/goodwinhartshorn/casestudy.pdf

Helen Hamlyn Research Centre www.hhc.rca.ac.uk

Institute for Human Centered Design (Adaptative Environments) www.adaptenv.org

International Organization for Standardization www.iso.org

Nutri-Senex Improving the quality of life of elderly people by coordinating research into malnutrition of the elderly. D17- Recommendations for future food product developments. 2005. Sixth Framework Programme.

Packaging: a box of delights or a can of worms? The contribution of ergonomics to the usability, safety and semantics of packaging. Loughborough University.

The golden economy. The consumer marketplace in an Ageing Society. 2010. Age UK.

Silver Service? Are supermarkets meeting the needs of older shoppers? A Consumer Council research report in partnership with Age Concern. 2007. The Consumer Council Ireland.

Otra documentación de interés generada en el desarrollo del proyecto BIO LIFE:

- *“State of art about Wielkopolska market”, Czapka-Matyasik and Fejfer (Wielkopolska - Polonia)*
- *“Demographics of Finland and Häme region”, “Nutrition recommendations for elderly in Finland”, “Regional map of the wellbeing and food companies in Finland and Häme region”. Päivi Homan-Helenius. (Häme - Finlandia)*
- *“Food for Elderly in Västerbotten”. Ase Tieva (Västerbotten - Suecia)*
- *“Nutrition of the elderly in North-Hungary”. David Bobal (Norte de Hungría – Hungría)*
- *“State of art: food for elderly in Asturias”. Roberto Parrondo (Asturias – España)*
- *“State of art: food packaging for elderly people” Ana Rodríguez Vázquez. David Santos Gonzalez (Asturias – España)*
- *“Regulation review and state of art for food for elderly in Lorraine” Olivier Fabre (Lorraine – Francia)*

Toda la información generada en el desarrollo del proyecto BIO LIFE está disponible en el portal Web del proyecto: <http://www.biolife.eu.com/>