

Bífidus

Bífidus

Bífidus

Bífidus



Alimentos funcionales

Un mercado al alza que mueve en el mundo cerca de 100.000 millones de euros anuales

JOSÉ LUIS MURCIA. Periodista.

RESUMEN

RESUMEN. Se consideran alimentos funcionales aquellos alimentos que, con independencia de su aporte de nutrientes, han demostrado científicamente que afectan de forma beneficiosa al organismo y sus funciones al proporcionar un mejor estado de salud y bienestar. En la actualidad, el mercado mundial de estos productos se mantiene al alza y se aproxima ya a 100.000 millones de euros anuales, un 40% en Estados Unidos y un 25% en la Unión Europea. Pese a todo, los alimentos funcionales continúan en los países de la Unión Europea siendo objeto de controversia, ya que muchos opinan que las evidencias científicas que dicen aportar no están lo suficientemente acreditadas

PALABRAS CLAVE: Alimentos funcionales. Salud. Consumo.

Aún en tiempos de crisis, los alimentos y bebidas funcionales, que son aquellos que además de sus propiedades nutricionales aportan defensas específicas al organismo y evitan algunas enfermedades, no han detenido su crecimiento y, según un estudio de Global Industry Analysts, podrían llegar a facturar en el año 2015 más de 100.000 millones de euros, cerca de un 40% de los cuales pertenecen al mercado norteamericano, líder tanto en producción como en consumo de un segmento que se identifica con las sociedades más avanzadas.

Los exhaustivos análisis llevados a cabo por la Food and Drug Administration (FDA) norteamericana han servido para validar, en la mayoría de los casos, los beneficios para la salud indicados por sus fabricantes, ya sean de un zumo de naranja fortificado con calcio, una mante-

quilla o una margarina con Omega3 que reduce el colesterol o yogures o fermentados lácticos con beneficios probióticos.

Aunque los alimentos funcionales no son, como los medicamentos, prescritos por los médicos, sí son cada vez más numerosos los profesionales de la medicina que se atreven a recomendar a algunos de sus pacientes su consumo, ya sea desde una óptica preventiva, bioactiva o incluso psicológica.

El segmento de los productos nutraceuticos prevé a finales de 2013 un crecimiento del 6% hasta los 17.000 millones de euros y alude a nutrientes proteínicos, Omega3 y otros ácidos grasos saludables, luteína, glucosamina, minerales como calcio y magnesio y la popular coenzima Q10.

El universo de los probióticos, que prevé una facturación en 2015 superior a los 22.000 millones de euros, según Glo-

bal Industry Analysts, ha calado entre la población por sus aspectos preventivos para la salud. Las promesas de digestiones de ensueño, reducción del colesterol, antiinflamatorios o prevención de alergias les ha hecho ganarse la confianza de muchos consumidores.

El mercado de los carotenoides prevé un crecimiento en los próximos años del 2,5% y espera una facturación en 2015 cercano a los mil millones de euros, que podría alcanzar los 1.200 millones en 2018, según una previsión de la consultora Freedonia. Los betacarotenos representan aproximadamente el 20% del mercado total de este segmento y su crecimiento anual supera el 3%.

Los extractos naturales, especialmente los de hierbas, esperan una expansión anual del 6% que en 2013 alcanzará los 1.600 millones de euros gracias a las evidencias científicas de su uso. El uso de té verde para pérdida de peso o como preventivo contra el cáncer, del ajo para la mejora del corazón o del cohosh negro (raíz de una planta) en la lucha contra la menopausia, así como de la glucosamina, en este caso no derivado de las hierbas, en su combate contra la artritis son algunos ejemplos.

Aunque no existen cifras oficiales de ventas, cada vez crece más el segmento de los aperitivos (snacks) a los que se añaden antioxidantes y energéticos para atraer a sus numerosos adeptos, especialmente en Norteamérica, Unión Europea y Sudeste Asiático.

Aunque Estados Unidos prevé una facturación en 2015 cercana a los 40.000 millones de euros, tanto Japón como la Unión Europea están muy bien posicionados en este sector, que prevé una importante expansión en los próximos años en países con gran potencial industrial como China, India, Australia, Malasia o Corea del Sur. Y es que la expansión de enfermedades coronarias y del aumento del colesterol, además de otras menos graves como problemas digestivos o intestinales y alergias, han popularizado el consumo de alimentos funcionales en todo el mundo y los consumidores procuran hacerles un hueco, cada vez más importante, en la cesta de la compra.

ALIMENTOS FUNCIONALES EN ESPAÑA

La Guía de Alimentos Funcionales elaborados por los doctores Lluís Serra Majem y Javier Aranceta, para el Instituto Omega3, recuerda que se da este nombre a aquellos alimentos que, con independencia de su aporte de nutrientes, han demostrado científicamente que afectan de forma beneficiosa al organismo y sus funciones al proporcionar un mejor estado de salud y bienestar. Estos alimentos ejercen, además, un papel preventivo al reducir los factores de riesgo que provocan la aparición de enfermedades. Entre ellos se encuentran los alimentos enriquecidos. A juicio de ambos doctores, estos alimentos deben consumirse como integrantes de una dieta sana y equilibrada y en las mismas cantidades que el resto de alimentos que la componen.

¿Pero cuáles son los alimentos funcionales que más se comercializan en España y sus posibles efectos beneficiosos para la salud? Los doctores Serra y Aranceta los enumeran en la guía:

Las leches enriquecidas son las que cuentan con una mayor descripción sobre esos posibles efectos en función de los componentes funcionales que se le añaden. Así, los ácidos grasos Omega3 (ácido eicosapentaenoico y ácido docosahexaenoico, conocidos por las siglas EPA y DHA) contribuyen a reducir el riesgo de enfermedad cardiovascular, riesgo

de determinados tipos de cáncer y mejora del desarrollo del tejido nervioso y las funciones visuales, además de reducir los procesos inflamatorios. Pero no terminan ahí ni los componentes funcionales añadidos a la leche ni los presumibles efectos beneficiosos para la salud que comportan. Así, el ácido oleico ayuda a reducir la concentración de colesterol en sangre; el ácido fólico puede disminuir malformaciones en el tubo neuronal; el calcio ayuda al desarrollo óseo, puede prevenir la osteoporosis e interviene en la transmisión nerviosa y los movimientos musculares; las vitaminas A y D favorecen la función visual y la absorción de calcio, respectivamente y el fósforo y el cinc ayudan al desarrollo de los huesos y mejoran el sistema inmunológico.

Los yogures enriquecidos con calcio tienen idénticos efectos beneficiosos que las leches a las que se les ha añadido el mismo componente y lo mismo ocurre con la adición de las vitaminas A y D. En el caso de las leches fermentadas ocurre lo mismo cuando se incluyen en ellas los ácidos grasos Omega3. Sin embargo, la adición de bacterias probióticas específicas favorecen el funcionamiento del sistema gastrointestinal y reducen la incidencia y duración de las colitis, además de mejorar la flora de los intestinos.

En el caso de las leches infantiles de iniciación y continuación, la adición de ácidos grasos ayuda a mejorar el desarrollo de los niños de 0 a 3 años, mientras



que añadir vitaminas y minerales ayuda a sustituir la leche materna cuando no es posible abastecer con esta al bebé.

Los zumos enriquecidos con vitaminas A y D o calcio repiten los efectos beneficiosos antes descritos, mientras que si la adición es de hierro, hacen que este componente facilite el transporte de oxígeno a la sangre y pueda ayudar a prevenir la aparición de anemias.

En los cereales fortificados se repiten los mismos beneficios cuando se añade hierro y en el caso de la fibra ayuda a reducir el riesgo de cáncer de colon y a mejorar la calidad de la microflora intestinal.

Las margarinas enriquecidas con fitosteroles ayudan a disminuir la concentración de colesterol en sangre y el riesgo de enfermedad cardiovascular y la sal yodada facilita la fabricación de hormonas tiroideas, imprescindibles para un normal desarrollo físico y psíquico y evitar disfunciones en los tiroides. Los panes enriquecidos con ácido fólico y los huevos a los que se añaden Omega3 repiten los mismos beneficios descritos anteriormente.

ALIMENTOS FUNCIONALES Y CONSUMIDORES

La población europea envejece a pasos agigantados. El 20% de la población cuenta con más de 65 años y en el año 2030 esta proporción aumentará hasta el 30%. La preocupación por unos hábitos de vida más saludables ha llevado en algunos países como Italia a que un producto como el Danacol facturara en 2010 por encima de los 75 millones de euros o que la filosofía de Activia facture en el mundo alrededor de 3.000 millones de euros.

España cuenta con algo más de 200 productos marcados como alimentos funcionales y alrededor de un 69% de los hogares los compran alguna vez. Esta cifra llega hasta el 80% de los hogares en Estados Unidos y un 40% tanto de un país como del otro los adquieren habitualmente. En el caso de España, el mayor porcentaje de compra se produce en los alimentos funcionales bajos en grasa con un 56%, aquellos que portan fibra con un 44%, los denominados light



con un 41%, los que llevan calcio añadido con el 33%, los que portan vitaminas con un 18%, los bajos en sal con el 17% y los que contribuyen a reducir el colesterol con el 15%.

En cuanto a la frecuencia de consumo, según datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, los productos con minerales se sitúan en 10 días al mes, los productos con antioxidantes en ocho días, los probióticos en 7,7 días, los productos con ácidos grasos en 6,9 días, los productos con vitaminas en 5,2 días, los prebióticos en 4,9 días y los productos con fitoquímicos en 2,8 días.

Los consumidores españoles dicen tomar productos con fibra en un 75%, aceite de oliva en un 72%, calcio en un 63%, cereales en un 61%, antioxidantes en un 60%, Omega3 y vitamina D en un 59%, proteínas y aceite de pescado en un 57%, hierro en un 43% y Omega6 en un 33%, según datos de una encuesta de Inves Market. En la misma se señala que cerca del 60% lo toman por su sabor, el 45% por hábitos saludables, el 38% por salud digestiva, el 37% para perder peso y fortalecer el organismo, el 35% para reducir el colesterol, el 34% para mantener peso, el 23% para obtener una mayor energía, el 17% para aumentar la concentración mental y el 13% para aliviar el estrés.

Un estudio de Mintel indica que el 38% de los alimentos y bebidas funcionales en España se adquieren por salud digestiva, el 15% por salud cardiovascu-

lar, el 11% para inmunizar el sistema, el 9% para fortalecerlo, el 6% para reducir el colesterol, idéntico porcentaje que los que piensan en su salud ósea, el 4% por los añadidos de calcio, igual porcentaje que los de adición de fibra y los destinados al cerebro y la concentración mental y un 3% por belleza.

Los alimentos funcionales mueven anualmente en la Unión Europea alrededor de 25.000 millones de euros, de los que el 29% corresponden a Reino Unido, el 22% a Francia, el 16% a Alemania, el 11% a España y Holanda y el 6% a Finlandia. La facturación en España se mueve entre los 2.750 millones que indican estas fuentes, a los 2.900 millones citados en un artículo en El País por Mikel Iturriaga y los más de 3.500 millones de euros que señalan el Ministerio de Economía e Invest in Spain.

El lanzamiento de alimentos funcionales a nivel mundial en 2010, según un estudio de Mintel, correspondieron en un 21% a los relacionados con el proceso digestivo, el 16% con grasas saludables, el 12% con el peso, el 8% con sustitutivos del azúcar y concentración mental, el 7% con menos calorías, el 6% con aditivos naturales, el 5% con inmunización del sistema, el 4% contra el colesterol y el 13% con otros apartados.

Pero el desarrollo de nuevos productos crece geográficamente de forma diferente. Así, según Mintel, el Sudeste Asiático acapara el 42% de nuevos lanzamientos, muy por delante de Europa que llega hasta el 30%, Norteamérica que se queda en el 15%, América Latina con el 9% y África y Oriente Próximo que alcanzan solo el 4%.

Pese a todo, los alimentos funcionales continúan en los países de la Unión Europea siendo objeto de controversia, ya que muchos opinan que las evidencias científicas que dicen aportar no están lo suficientemente acreditadas y no son pocos los expertos en nutrición que abogan por una dieta equilibrada como la mejor manera de contar con una buena salud. No obstante, otros defienden su eficacia a largo plazo, especialmente para aquellas personas a las que, por su modo de vida, se les hace difícil mantener una dieta adecuada en el día a día. ■

HIDRATACIÓN

Con el sabor
más divertido
de Fanta



 *The Coca-Cola Company*

Hidratando al Mundo desde 1886

Fanta Zero Naranja contiene un 8% de zumo. Zero azúcares añadidos.
Fanta Zero contiene los azúcares naturalmente presentes en el zumo de frutas.