

### III Observatorio Nestlé sobre Hábitos Nutricionales y Estilos de Vida de las Familias

## Más de 5 millones de españoles se identifican con la opción flexitariana

**En el último año, el 43% de la población ha reducido el consumo de carne roja o ni siquiera la ha probado**



#### Datos clave sobre las nuevas tendencias en alimentación

- El 17% de la población se identifica con la opción **flexitariana**, ya que considera que su consumo de carne y pescado es ocasional. En el último año, un 43% de los españoles ha reducido el consumo de carne roja o ni siquiera la ha probado. De ellos, un 29%, es decir más de 11 millones de personas, ha reducido la ingesta de carne roja y un 14% adicional afirma no haberla comido. Por otro lado, el 25% de los consumidores españoles ha probado algún sustituto cárnico en los últimos 12 meses.
- **Sin Gluten.** Sólo un 1% de la población está diagnosticada como celíaca o intolerante a estas proteínas. Sin embargo, hasta un 6% consume regularmente productos libres de gluten.
- Muchos de los españoles que consumen productos **sin lactosa** desconocen con exactitud sus beneficios. Aunque el 41% cree que evitar la lactosa permite una digestión más ligera, el 18% piensa que tiene un menor contenido calórico, un 17% que reduce el colesterol y un 24% que es apta para diabéticos.
- **El origen importa.** La proximidad del origen de los alimentos es un factor cada vez más relevante en la decisión de compra. El 70% de los españoles ha consumido productos de Km 0 en el último año.
- Los **productos ecológicos u orgánicos** están en la mesa de más de 25 millones de españoles. Su consumo es muy similar entre hombres y mujeres, y en todos los rangos de edad.
- **Lo verde está de moda.** A pesar de ello, actualmente todavía hay 2,5 millones de españoles que no consumen verdura o fruta.

*Esplugues de Llobregat, 24 de mayo de 2016.*—Con motivo del Día de la Nutrición, que se celebrará el próximo 28 de mayo, hoy se han presentado los resultados del **III Observatorio Nestlé sobre Hábitos Nutricionales y Estilos de Vida de las Familias**. Como en las anteriores ediciones, el objetivo es dar a conocer la evolución de los hábitos de alimentación y nutrición en nuestro país, y detectar las nuevas tendencias en este ámbito. «*Sólo conociendo la demanda de los consumidores podemos dar respuesta a las nuevas necesidades nutricionales que van apareciendo. Nuestro compromiso, desde hace 150 años, es contribuir a mejorar la calidad de vida de las familias con alimentos sabrosos y saludables*», ha declarado Neus

Martínez, Directora de Comunicación de Nestlé España, quien ha presentado el acto celebrado esta mañana en la sede de la compañía.

Por su parte, Jesús Contreras, Catedrático de Antropología Social de la Universidad de Barcelona y director del Observatorio de la Alimentación (ODELA) del Parque Científico de Barcelona, ha sido el encargado de describir la evolución de la alimentación en los últimos 150 años y ha mencionado los grandes cambios que ésta ha experimentado. Desde un punto de vista antropológico, Contreras ha hecho un recorrido por la evolución de los hábitos alimentarios desde mediados del siglo XIX, pasando por la consolidación de la industria alimentaria en la primera mitad del siglo XX y el cambio de ritmo que supusieron los movimientos migratorios del campo a la ciudad de los años 60 hasta llegar a la actualidad. Entre otros datos curiosos, ha explicado que *«aunque actualmente se dedican 17 minutos más a la semana a las tareas domésticas, precisamente el tiempo que se invierte en la cocina ha disminuido hasta en 3 horas semanales»*.

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

En esta edición, el III Observatorio Nestlé sobre Hábitos Nutricionales y Estilos de Vida de las Familias se ha focalizado en las nuevas tendencias en el ámbito de la alimentación y la nutrición. Se han extraído las siguientes conclusiones:

### Tendencias en alimentación

- **Flexitarianismo, una opción en auge.** En el último año, un 43% de los españoles ha reducido el consumo de carne roja o ni siquiera la ha probado. De ellos, un 29%, es decir más de 11 millones de personas, ha reducido la ingesta de carne roja y un 14% adicional afirma no haberla comido. Las mujeres (un 34% más que los hombres) y los mayores de 50 años (concretamente, 4 de cada 10) son los perfiles que más han reducido su ingesta. El 17% de la población se identifica con la opción flexitariana, es decir, que sigue una dieta basada en el consumo de verduras, frutas, legumbres y cereales fundamentalmente, con la inclusión de carne y pescado de forma ocasional.

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

- **Sin Gluten.** Un 1% de la población está diagnosticada como celíaca o intolerante al gluten, aunque se estima que un 75% de los afectados está aún sin diagnosticar. A pesar del bajo porcentaje de diagnosticados, un 6% de los entrevistados ha declarado seguir de forma frecuente una dieta sin gluten. Es especialmente remarcable, por tanto, que la gran mayoría de los consumidores de productos sin gluten los consumen por diferentes motivos, distintos a la prescripción médica.

Este auge tiene su origen, en primer lugar, en el fuerte condicionamiento en la organización de los menús de las familias de las personas intolerantes a estas proteínas. Además, el aumento tiene relación con que una parte de los españoles asocia los alimentos sin gluten con un menor contenido de calorías (15%) o con la

facilidad de perder peso (11%), aunque no haya evidencias científicas que lo demuestren.

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

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

- **El origen de los alimentos.** En los últimos años, se han multiplicado los lanzamientos de productos con apelaciones a su origen. Los alimentos locales o de proximidad gozan de una mayor percepción de naturalidad, autenticidad, seguridad y confianza. El 70% de los españoles ha consumido productos de Km 0 en el último año. Es especialmente destacable que casi 3 millones de ellos hayan empezado a consumir este tipo de alimentos en los últimos 12 meses.
- **Los productos orgánicos o ecológicos** ya no son exclusivos de tiendas especializadas y su creciente demanda hace que cada vez sea más fácil encontrarlos en los lineales de las grandes superficies. Los productos ecológicos u orgánicos han estado presentes este año en la mesa de más de 25 millones de españoles. Este consumo es muy similar entre hombres y mujeres, y en todos los rangos de edad.
- **Lo verde está de moda.** Aunque actualmente todavía hay 2,5 millones de españoles que no consumen verdura o fruta, el Observatorio Nestlé ha identificado que 1 de cada 3 españoles ha aumentado el consumo de fruta mientras que 2 de cada 5 han incrementado la ingesta de verdura en los últimos 12 meses.

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

### Nestlé, 150 años de historia

La de Nestlé es una historia con nombre propio, el de Henri Nestlé, el hombre que en el último tercio del siglo XIX creó, en un pequeño laboratorio de farmacia en Suiza, la Harina Lacteada, un producto concebido para combatir la altísima mortalidad infantil de la época y que, al mismo tiempo, sentó las bases de una empresa que ha formado parte de la vida de varias generaciones de españoles.

Han pasado 150 años y el espíritu que inspiró el nacimiento de la compañía fundada por Henri Nestlé permanece intacto. Su compromiso sigue siendo ofrecer productos nutricionalmente equilibrados, destinados a proporcionar una alimentación sabrosa y saludable, y que contribuya a mejorar la calidad de vida de las personas en todas las etapas de la vida.

Nestlé cuenta hoy con la mayor red privada de I+D especializada en nutrición a nivel mundial, compuesta por un total de 39 centros de investigación en los que trabajan 4.800 personas y en los que la Compañía invierte 1.650

NOTA DE PRENSA

**28 de Mayo: Día de la Nutrición**



millones de euros anuales. En España, Nestlé cuenta con un equipo humano de 5.350 personas y un total de 11 fábricas repartidas en 6 Comunidades Autónomas.