

MEMORIA FINAL

**GRUPO DE COOPERACION PARA EL
DESARROLLO DE ALIMENTOS
FUNCIONALES Y SALUDABLES EN
ARAGON**

PDR 2014 - 2020

OBJETIVOS DEL PROYECTO:

- Analizar potencial y posibilidades de mejora de los productos agroalimentarios aragoneses para adaptarlos a segmento de mercado de salud y colectivo de consumidores preocupados por la salud.
- Estudiar y actualizar tendencias de mercado y proponer actuaciones concretas en este área a las empresas agroalimentarias de Aragón.
- Fomentar el desarrollo de nuevos productos de alimentación orientados al mercado de productos saludables por las empresas agroalimentarias aragonesas.
- Incrementar el número de pymes alimentarias y de productos aragoneses de alimentación que incorporan declaraciones de propiedades nutricionales y saludables en el etiquetado, presentación y publicidad de productos agroalimentarios.
- Difundir y dar a conocer entre las pymes alimentarias las posibilidades que ofrece el etiquetado de alimentos a través de las declaraciones nutricionales, menciones de propiedades saludables y etiquetado nutricional para mejorar la percepción del consumidor hacia los productos agroalimentarios aragoneses.
- Mejora de la calidad alimentaria, incrementar el valor añadido de los alimentos y mejorar la competitividad de las pymes en el mercado alimentario.
- Obtención de datos de consumidores a través de encuestas que utilicen las TIC, sobre su preocupación por la salud e influencia en sus hábitos de consumo de alimentos.
- Detectar y desarrollar líneas de trabajo que permitan cooperar a empresas agroalimentarias aragonesas en futuros proyectos para la elaboración de alimentos más saludables y adaptados a nuevas necesidades del mercado.



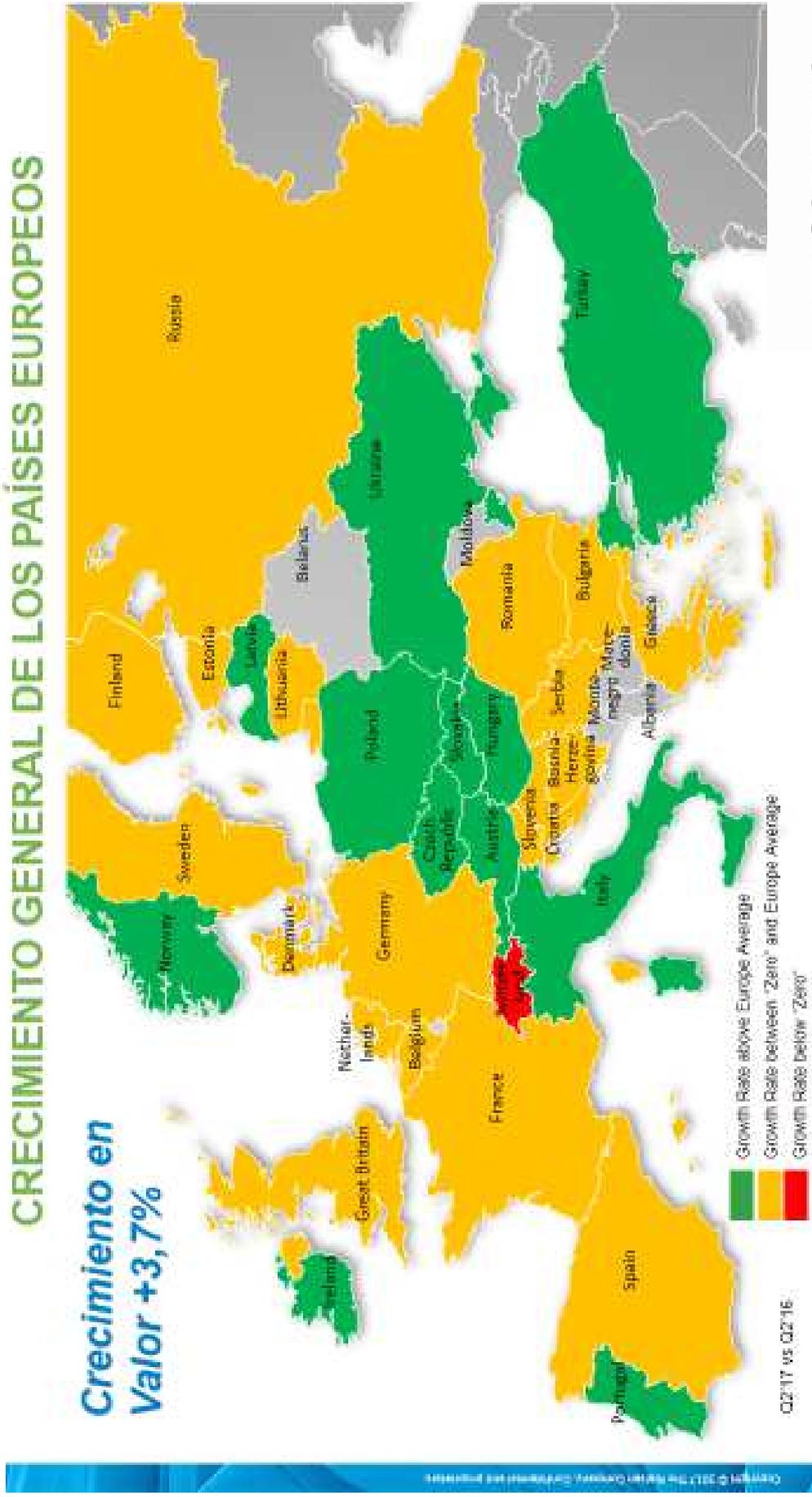
FEADER



ASOCIACIÓN DE INDUSTRIAS
DE ALIMENTACIÓN
DE ARAGÓN



cluster aragonés de
alimentación



FEADER



GOBIERNO DE ARAGÓN
Departamento de Desarrollo Rural
y Sostenibilidad

La confianza del consumidor mejora a nivel Mundial



+5 Vs 2016

Mejor Expectativa Laboral / Menos Paro
Recuperación Económica



Valor más alto

Mejor Expectativa Laboral y financiera
Menos ahorro

Terrorismo principal preocupación en Europa



ASOCIACIÓN DE INDUSTRIAS DE ALIMENTACIÓN DE ARAGÓN



cluster aragonés de **alimentación**

Total Gran Consumo

37.061 Millones €

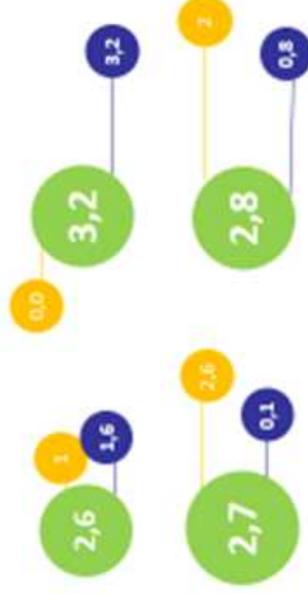


35% PRODUCTOS FRESCOS

65% PRODUCTOS ENVASADOS



2016 **+2,7%** YTD Q2'1717 **+3%**



FEADER



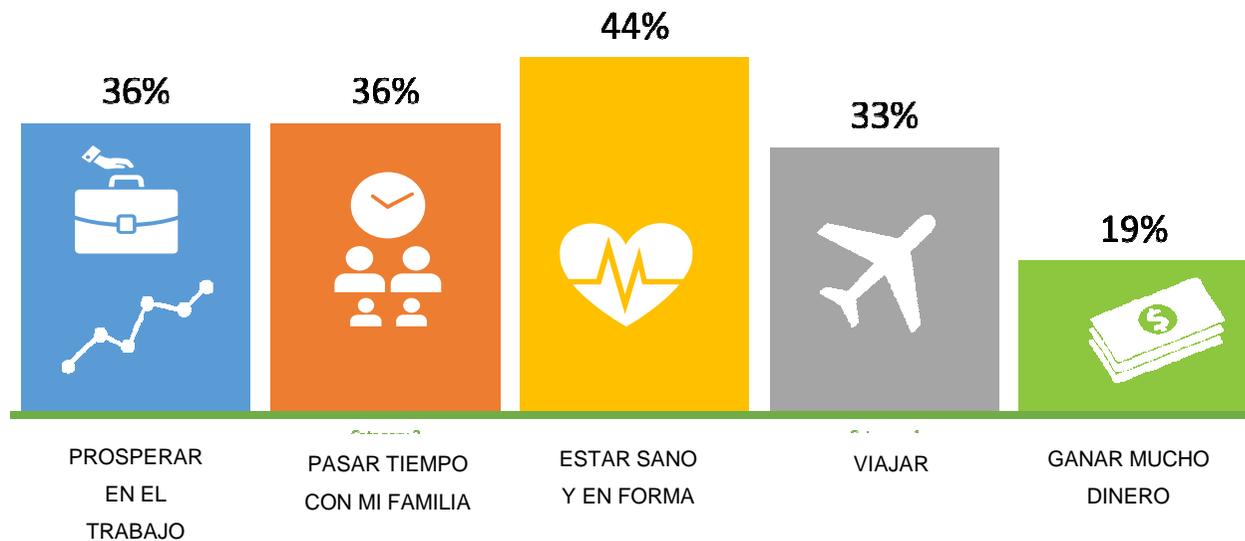
GOBIERNO DE ARAGÓN
Departamento de Desarrollo Rural y Sostenibilidad



cluster aragonés de **alimentación**

PRINCIPALES ASPIRACIONES PARA EL FUTURO

LA SALUD ES NUESTRA PRIORIDAD



• Fuente: Nielsen Encuesta Estilos de Vida - España n=503 - % consumidores responde aspiración para el futuro?



NEWSLETTER INFORMATIVO

BOLETÍN DE ALIMENTOS SALUDABLES
Nº 18/2018

PROGRAMA DE DESARROLLO RURAL PARA ARAGÓN 2014-2020



'Noel' lleva a los frescos su apuesta por la salud.

Noel Alimentaria lleva a los frescos su apuesta por la innovación y la salud, con la línea 'Zero', que carece de aditivos químicos, conservantes, gluten y lactosa y supone una novedad en el mercado de cárnicos frescos.



[Leer Más](#)

Danone triplica la tendencia "zero" en yogures.



Danone reivindica el rol del yogur en una dieta saludable y lanza bajo su nueva marca de productos desnatados "Light & Free", el primer yogur triple "zero" en España: 0% materia grasa, 0% azúcares añadidos y 0% edulcorantes artificiales.

[Leer Más](#)

ALIMENTACIÓN Y ALIMENTOS SALUDABLES EN ARAGÓN

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

Foro sobre tendencias y comunicación de
alimentos saludables.
Zaragoza, 4 de octubre de 2017.

MÉTODO

Encuesta online a consumidores de Aragón en 2017

Questionario:

- Características personales de los encuestados
- Hábitos de consumo de alimentos
- Etiquetado y conocimiento nutricional
- Alimentación saludable
- Alimentos saludables: percepción y preferencias del consumidor

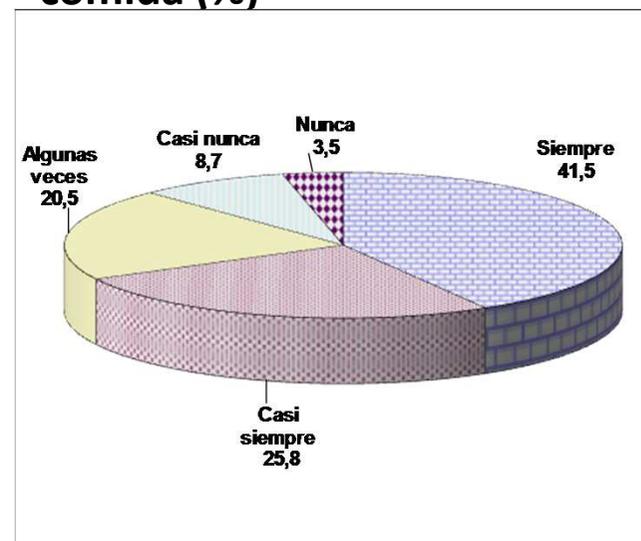
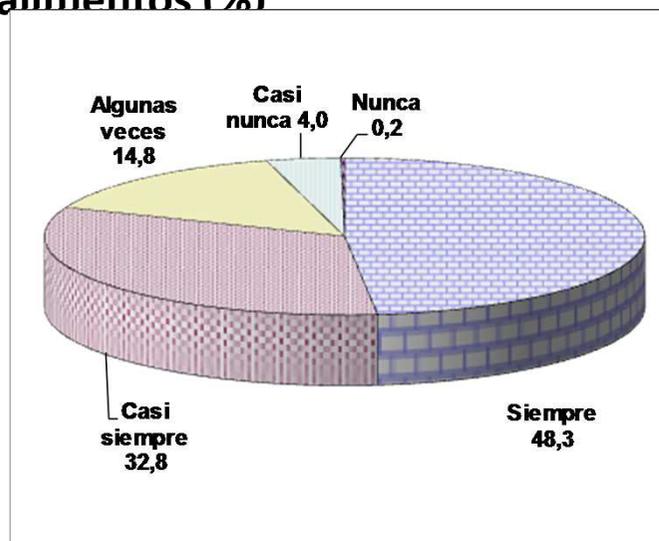
Información recopilada: 400 encuestados estratificados por género y edad media



FEADER

HÁBITOS DE CONSUMO DE ALIMENTOS

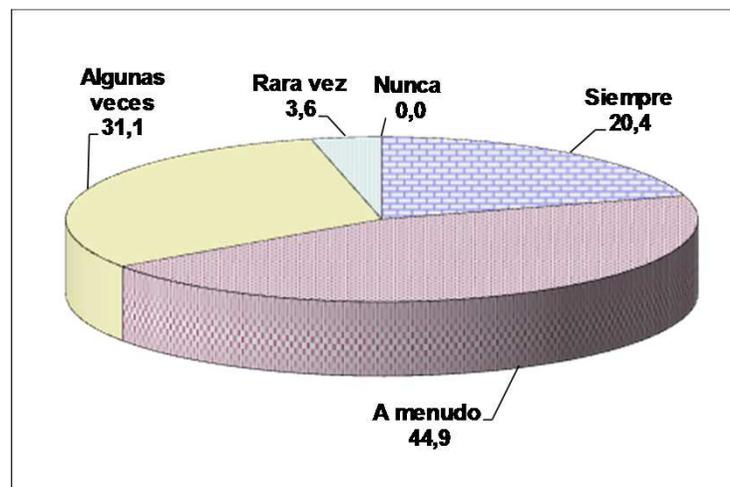
Frecuencia de compra de alimentos (%) Frecuencia de elaboración de la comida (%)



ETIQUETADO Y CONOCIMIENTO NUTRICIONAL

La mitad de los encuestados afirman fijarse en la etiqueta nutricional de los alimentos cuando van a comprar

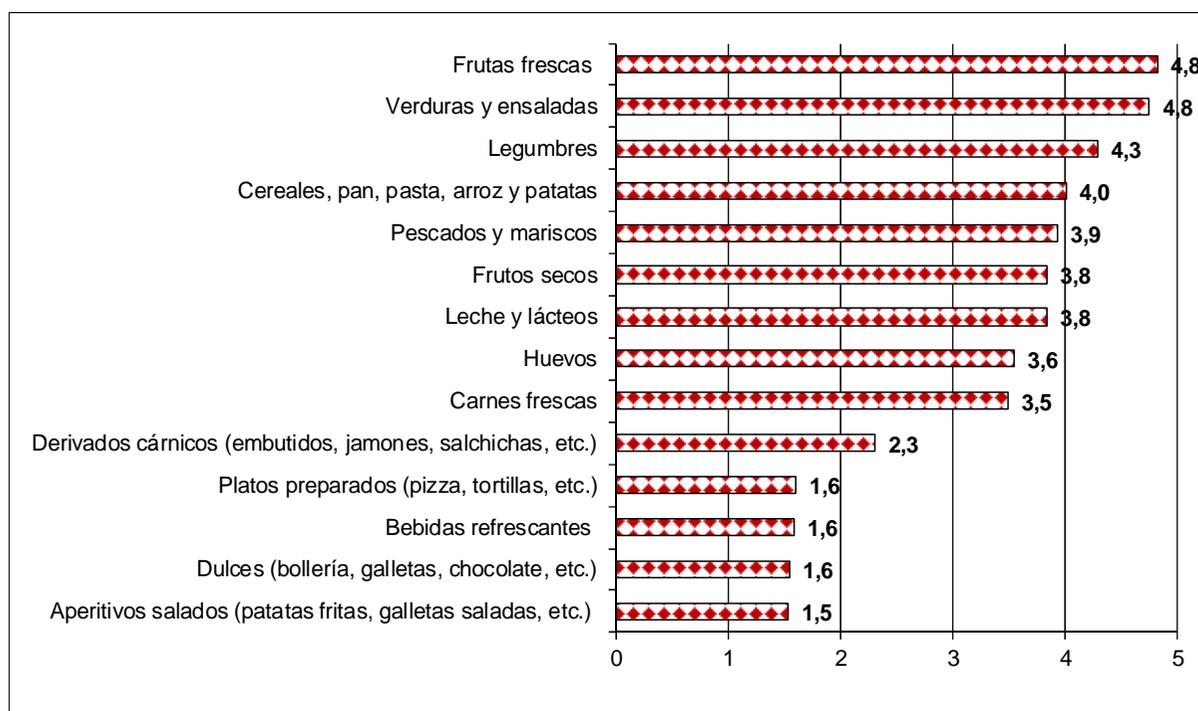
Frecuencia de lectura esta etiqueta (%)



Conocimiento nutricional declarado: 17% alto o muy alto
37% bajo o ninguno

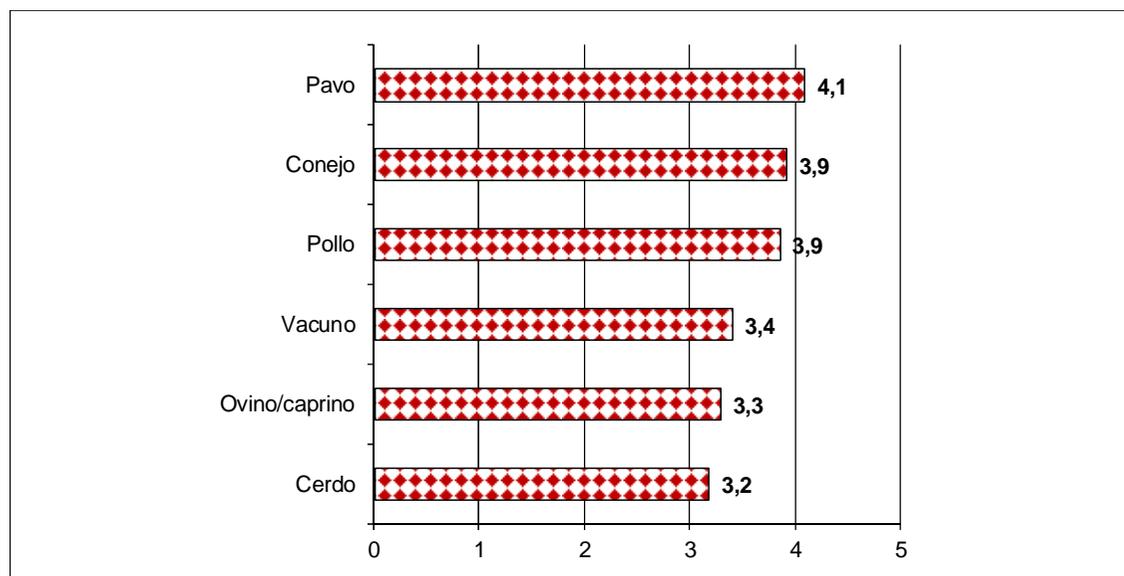
ALIMENTOS SALUDABLES

Percepción media del nivel de salubridad de diferentes alimentos



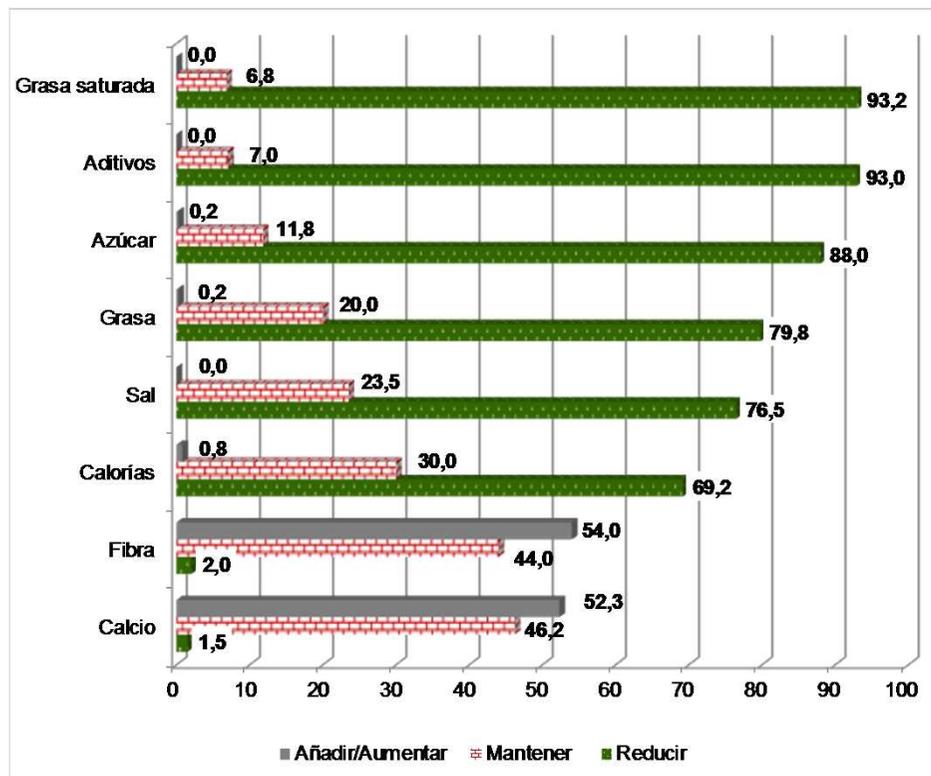
ALIMENTOS SALUDABLES

Percepción media del nivel de salubridad de las carnes



ALIMENTOS SALUDABLES

Modificaciones sugeridas en la composición de los alimentos procesados (%)



ALIMENTOS SALUDABLES

Modificaciones sugeridas en la composición de los alimentos procesados (%)

ALIMENTOS SALUDABLES

Ordenación de las declaraciones nutricionales según preferencia: **GALLETAS** (% , media)

	Primero	Segundo	Tercero	Cuarto	Quinto	Media
Fuente de fibra	30,3	15,5	16,5	16,2	21,5	2,83
Contenido reducido de grasa saturada	30,8	21,0	21,2	14,2	12,8	2,57
Sin azúcares añadidos	27,2	23,8	21,5	19,2	8,3	2,57
Contenido reducido de grasas	6,5	26,8	24,5	23,2	19,0	3,21
Bajo en sal	5,2	13,0	16,2	27,0	38,5	3,80

ALIMENTOS SALUDABLES

Ordenación de las declaraciones nutricionales según preferencia: **DERIVADOS CÁRNICOS** (% , media)

	Primero	Segundo	Tercero	Cuarto	Media
Contenido reducido de calorías o "light"	7,2	10,3	30,5	52,0	3,27
Contenido reducido de grasa saturada	58,8	22,0	12,0	7,2	1,67
Bajo en sal	14,8	19,0	33,2	33,0	2,84
Contenido reducido de grasas	19,2	48,8	24,2	7,8	2,20



ALIMENTOS SALUDABLES

Ordenación de las declaraciones nutricionales según preferencia: **BOLLERÍA** (% , media)

	Primero	Segundo	Tercero	Cuarto	Quinto	Media
Fuente de fibra	21,2	11,8	19,2	23,5	24,3	3,17
Contenido reducido de grasa saturada	41,0	24,2	12,3	13,2	9,3	2,25
Sin azúcares añadidos	25,2	24,3	25,2	16,5	8,8	2,59
Contenido reducido de grasas	8,0	31,0	26,2	21,5	13,3	3,01
Bajo en sal	4,5	8,8	17,0	25,2	44,5	3,96




FEADER

¿Cuáles son los principales motivos de compra de alimentos?

Ranking de motivos de compra de alimentos (% de participantes, media)

	Primero	Segundo	Tercero	Cuarto	Quinto	Media
Precio	19,2	29,0	30,3	14,00	7,5	2,61
Salud	48,0	21,2	16,8	11,8	2,2	1,99
Lugar de producción	5,0	12,2	13,8	25,5	43,5	3,90
Sabor	23,8	29,8	26,2	16,2	4,0	2,47
Comodidad	4,0	7,8	13,0	32,5	42,8	4,02

CONCLUSIONES ENCUESTA

- El principal motivo de compra de los consumidores aragoneses es la salud seguido por el sabor y el precio.
 - Los consumidores aragoneses siguen una alimentación saludable pero todavía existe margen para mejorar: sólo un 40% comen a diario verduras y ensaladas y alrededor del 60% consumen frutas frescas y cereales, pan, pasta, arroz y patatas todos los días.
- los consumidores aragoneses creen que deberían reducir en su dieta las grasas (sobre todo grasas saturadas), azúcares y sal.
 - a los consumidores aragoneses les gustaría que los alimentos procesados lleven menos grasas saturadas, aditivos, azúcares y sal y que se aumente su contenido de fibra y calcio.
 - los consumidores aragoneses prefieren que se reduzcan los nutrientes perjudiciales para la salud a que se aumenten los nutrientes que pueden ser beneficiosos para la misma.

ANÁLISIS DE PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN

SECTOR	Nº EMPRESAS	Nº MUESTRAS
REPOSTERÍA	6	19
CÁRNICO	8	25
HARINERO	1	3
FRUTOS SECOS	1	2
ACEITE	1	3
CONSERVA VEGETAL	2	6
LACTEO	1	4
7	20	62

RESULTADOS DE LAS MUESTRAS

EN **54** DE LAS **62** MUESTRAS ANALIZADAS PUEDE INDICARSE
ALGUNA DECLARACIÓN NUTRICIONAL

SÓLO **UNA** DE LAS MUESTRAS INDICA “FUENTE DE FIBRA” EN EL
ENVASE COMERCIAL

INFORMES PERSONALIZADOS SOBRE POTENCIAL “SALUDABLE DE ALIMENTOS

BAJO CONTENIDO DE GRASA (7)

SIN GRASA (3)

BAJO CONTENIDO DE GRASAS SATURADAS (9)

ALTO CONTENIDO DE GRASAS MONOINSATURADAS (17)

ALTO CONTENIDO DE GRASAS POLIINSATURADAS (6)

ALTO CONTENIDO DE GRASAS INSATURADAS (10)



BAJO CONTENIDO DE AZÚCARES (25)

SIN AZÚCARES (6)

FUENTE DE FIBRA (8)

FUENTE DE CALCIO (3)

ALTO CONTENIDO EN CALCIO (1)



FUENTE DE PROTEÍNAS (3)

ALTO CONTENIDO DE PROTEÍNAS (21)

BAJO CONTENIDO DE SODIO/SAL (6)

MUY BAJO CONTENIDO DE SODIO/SAL (7)



CONCLUSIONES

EN MÁS DEL 85% DE LAS MUESTRAS ANALIZADAS SE PODRÍAN INDICAR **DECLARACIONES** NUTRICIONALES.



12:00 h.
INAUGURACIÓN.
D. Felipe Gómez de Valenzuela.
Secretario General Federación de Cooperativas Agroalimentarias de Aragón
D. José Ignacio Domingo.
Gerente Asoc. Industrias de Alimentación de Aragón
Dña. M^a Eugenia Hernández.
Gerente Cluster de Alimentación de Aragón

12:00 h. - 12:50 h.
Tendencias sobre INNOVACION ALIMENTARIA.
D. Javier Ubieta.
Account Manager Spain & Southern Europe INNOVA MARKET INSIGHTS

12:50 h. - 13:20 h.
Difusión de actividades realizadas en Proyectos de Cooperación PDR.
Tendencias Alimentos Saludables:
Dña. Begoña Muguerza
Grupo de Investigación Nutrigenómica – Universidad Rovira i Virgili
Conclusiones y Proyectos de futuro Internacionalización Digital
Dña. Carmen Urbano.
International eBusiness. INYCOM

13:20 h. - 14:00 h.
Innovación en pymes alimentarias aplicada a la Promoción de sus marcas.
D. Vicent Llops.
Director General Creativo de AGR FOOD MARKETING

14:00 h.
CLAUSURA Y ALMUERZO ARAGONÉS

Alimentos Saludables e Internacionalización digital | **2018**
12 de Junio



Jornada final de difusión de proyectos de Innovación y Cooperación
PDR ARAGÓN 2014 — 2020
Proyecto PDR – Internacionalización Digital
Proyecto 0 PDR – Alimentos Saludables

Lugar: Sede Asociación de Industrias de Alimentación de Aragón — AIAA, Cooperativas Agroalimentarias de Aragón y Cluster de Alimentación de Aragón.
Salón de Actos de Mercazaragoza (Ctra. Cogullada 65, Mercazaragoza).

INSCRIPCIÓN:
aiaa@aiaa.es / Tfno. 976 47 58 91

Organizan: Grupos de Cooperación de Alimentos Saludables y para la Internacionalización Digital de la Industria Agroalimentaria de Aragón.



FEADER

Jornada de Difusión en
Barbastro 20-04-17

Jornada de Difusión en
Alcañiz 05-05-17

Jornada de Difusión en
Zaragoza 19-06-17

Jornada de Difusión en
Zaragoza 4-10-17

Jornada de Difusión en
Zaragoza 12-06-18



Departamento de Desarrollo Rural
y Sostenibilidad

JORNADAS DE DIFUSIÓN

JAVIER UBIETO

Account Manager Spain & Southern Europe
INNOVA MARKET INSIGHTS



Se graduó en Ciencia y Tecnología de los Alimentos en España. Continuó sus estudios con un master de Diseño de Producto e Innovación en los Países Bajos, dónde además ha trabajado en varios equipos de marketing. Ahora representa a Innova Market Insights en España, Portugal e Italia. INNOVA MI dispone de la base de datos de productos más extensa sobre desarrollo de nuevos productos de Alimentación y Bebidas, lo que le permite obtener valiosa información sobre tendencias de mercado en la Ind. Alimentaria.



VICENT LLOPIS

Director General Creativo y Socio de AGR Food
Marketing

Vicent Llopis es el Director General Creativo y socio
de

AGR Food Marketing, una agencia con más de 30
años

de experiencia en el sector agroalimentario.

En los últimos 15 años se ha desempeñado en roles
creativos y de estrategia digital,

liderando campañas para clientes tan diversos como
McDonald's, Walmart, Masterfoods USA (Mars,
M&Ms & Snickers), Samsung, Chrysler, American
Airlines, Lexus o Nestlé, entre muchos otros.

JORNADAS DE DIFUSIÓN



FEADER

**GOBIERNO
DE ARAGÓN**

Departamento de Desarrollo Rural
y Sostenibilidad

JORNADAS DE DIFUSIÓN



**Persona de Contacto: José
Ignacio Domingo**
Tf: 976 475 891
www.aiaa.es

**Persona de Contacto:
M^a Eugenia Hernández**
Tf: 976 306 161
www.aragonalimentacion.com

