

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS para PYMEs

Inspirada en el estudio de 20 casos de PYMEs innovadoras en la alimentación para personas mayores



alimentos innovadores

innovating
food for seniors

para personas mayores

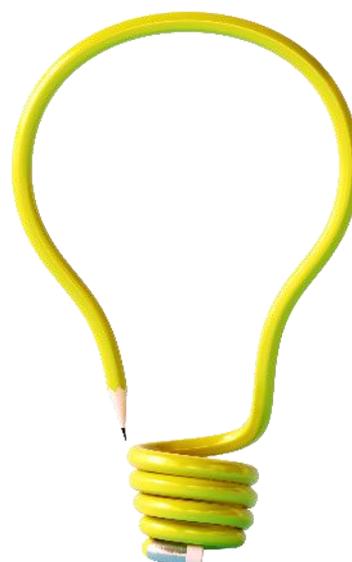
www.innovatingfoodforseniors.eu

Índice de Contenidos

01	Introducción	4
02	La Economía Plateada: Descripción	7
03	Impulsores de políticas e impacto de los cambios de políticas para la Economía Plateada	12
04	Retos y oportunidades para la Economía Plateada	15
05	El mercado actual de la alimentación	18
06	Buenas Prácticas	22
07	Conclusiones	47

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación (comunicación) refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en ella.

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein.



01

Introducción



Nuestra bienvenida a ALIMENTOS INNOVADORES PARA PERSONAS MAYORES

Europa alberga a la población más anciana del mundo, con uno de cada cuatro europeos con edad igual o superior a 60 años. Según las estadísticas del [Instituto Nacional sobre el Envejecimiento](#), la proporción de personas mayores de 65 años aumentará al 30% y las de más de 80 años se duplicarán con creces del 5% al 12% en Europa para 2060.

Para prepararnos para enfrentar el envejecimiento de la población, es esencial considerar no solo los desafíos, ya que la creciente necesidad y presión sobre los servicios de atención médica a largo plazo es muy clara, sino también llamar más la atención sobre las oportunidades que brinda el aumento de la longevidad: desarrollo y comercialización de alimentos nutricionalmente enriquecidos para personas mayores.

Sin embargo, el desarrollo de productos innovadores exitosos es un desafío: la industria alimentaria se considera tradicionalmente como un sector con baja intensidad de investigación y es bastante conservadora en términos del tipo de innovaciones introducidas en el mercado. **El uso de nuevos métodos para mejorar la innovación y las habilidades empresariales es esencial para que las empresas respondan a la creciente demanda de nuevos productos y servicios alimentarios dentro de la Economía Plateada.**

“Proporcionar un programa de capacitación en código abierto para PYMES Alimentarias en la comercialización de alimentos nutricionalmente enriquecidos para personas mayores”



HAGA
CLIC PARA
VER



Proyecto PIFS

El proyecto **Pioneering Innovative Food for Seniors (PIFS)** tiene como objetivo crear un impacto duradero para las PYMES alimentarias con conocimientos actualizados y las habilidades de innovación necesarias para capitalizar esta oportunidad de nicho de mercado. PIFS mejorará sustancialmente la formación de las PYMES alimentarias y su personal aumentando su conciencia y compromiso con la innovación para el crecimiento empresarial a través de la alimentación innovadora.

Sobre esta Guía de Buenas Prácticas

La Guía de buenas prácticas es una herramienta de formación única para que las PYMES comprendan los impulsores y las oportunidades de la innovación alimentaria en el mercado de personas mayores en Europa, y la inspiración para aplicar este aprendizaje en sus propias empresas alimentarias.

Presentamos 20 interesantes buenas prácticas de las regiones de los socios del proyecto en la UE, **que se recopilaron como parte del proyecto PIFS. Buena Práctica en el contexto del proyecto PIFS se define como una iniciativa de innovación alimentaria para la Economía Plateada.** Incluye el estudio de casos y/o actividades de aprendizaje/consejos que pueden introducirse o incorporarse en los enfoques actuales de innovación alimentaria en toda Europa.

Estas Buenas Prácticas incluyen: desarrollo de productos impulsado por la nutrición, empaquetado fácil de usar, nutracéuticos fortificantes, enfoques de distribución, alimentos inteligentes, tecnología, etc.

Estructura de esta Guía

The Good Practice Guide is structured into 7 sections.

CAPÍTULO 1 Nuestra introducción.

CAPÍTULO 2 Describe el significado de la Economía Plateada y su tamaño, características principales, productos y servicios.

CAPÍTULO 3 Describe los impulsores de políticas y el impacto de los cambios en estas para la Economía Plateada.

CAPÍTULO 4 Presenta desafíos y oportunidades para la Economía Plateada en varios sectores.

CAPÍTULO 5 Describe el mercado alimentario contemporáneo, sus tendencias y la definición de alimentos innovadores.

CAPÍTULO 6 Describe los resultados recogidos en las Buenas Prácticas, con toda la información relevante, incluyendo cuál es la Buena Práctica/por qué tiene éxito y cuáles son los resultados obtenidos/por qué puede ser transferida a otras regiones.

CAPÍTULO 7 Finalmente, el capítulo 7 describe las conclusiones generales.

02

La Economía Plateada: Descripción



La Economía Plateada: Descripción

En la Europa de 2060, uno de cada tres habitantes tendrá más de 65 años. Una tendencia similar de aumento de la esperanza de vida y una reversión de la pirámide de población será seguida por el resto de los países desarrollados del planeta. **Las estadísticas del Banco Mundial y [la Organización Mundial de la Salud \(OMS\)](#) indican que en 2020 las personas vivían una media de 72,5 años, 20 más que en 1960, y que la población total mayor de 60 años se habrá duplicado para 2050 en comparación con el año 2000.**

Las necesidades de la población que envejece fueron un estímulo para el surgimiento del concepto de **"Economía Plateada"** -en inglés Silver Economy-. La Economía Plateada incluye todas aquellas actividades económicas, productos y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de las personas mayores de 50 años. Este concepto se ha derivado del llamado Silver Market que surgió en Japón, el país con mayor porcentaje de personas mayores de 65 años durante la década de 1970. Para referirse al mercado senior, se aglutinan sectores tan diversos como salud, banca, automotriz, energía, vivienda, telecomunicaciones, ocio y turismo, entre otros.

Economía Plateada en la UE: sorpréndase por el tamaño potencial del mercado

En toda la UE, había unos 199 millones de personas de 50 años o más en 2015 (el 39% de toda la población). En total, estas personas consumieron 3,7 billones de euros en bienes y servicios en 2015. La mayor parte (poco menos del 90%) de este gasto fue financiado de forma privada por miembros de la Silver Economy, utilizando sus ingresos, ahorros y transferencias del gobierno. El resto lo pagó directamente el sector público, por ejemplo, cuando una persona mayor utiliza los servicios de salud proporcionados gratuitamente por el Estado.

Durante la próxima década, se espera que [la población de la Economía Plateada](#) aumente a 222 millones (el 42,9% de la población total de la UE) y se expandirá aproximadamente un 5% anual hasta 2025, a los 5,7 billones de euros. Estas cifras ilustran que la Economía Plateada de la UE tiene una importancia considerable incluso en un contexto macroeconómico mundial. **Las personas mayores constituyen una parte importante de la demanda total en varios mercados básicos, incluidos la vivienda, los alimentos y los bienes y servicios para el hogar.** La vivienda, la alimentación y el transporte dominan el gasto, representando alrededor de 1,6 billones de euros (53%) del consumo privado de las personas mayores en 2015. Estas cifras demuestran que la Economía Plateada puede desempeñar un papel vital en una gama enormemente diversa de sectores en los estados miembros de la UE.

Contribución Económica de la Economía Plateada

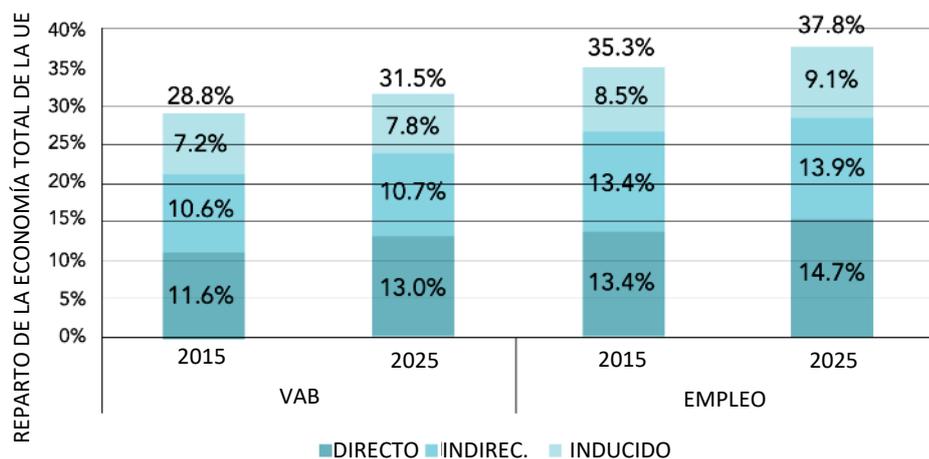
Para poner en contexto, si se clasifica entre las naciones soberanas, la Economía Plateada sería la tercera economía más grande del mundo, solo detrás de Estados Unidos y China. Entre 2015 y 2025, se espera que el gasto público y privado para la Silver Economy crezca con incrementos nominales de aproximadamente el 50%. Este gasto impulsa una gran cantidad de actividad económica. La contribución directa al Producto Interior Bruto (PIB) de los países de la UE realizada por la Economía Plateada ascendió a 1,7 billones de euros en 2015, con 1,5 billones de euros procedentes indirectamente y 1,0 billones de euros inducidos a través del gasto adicional de los empleados. Esta huella total de 4,2 billones de euros representó el 28,8% del PIB total de la UE en 2015.

A través de esta actividad económica, en 2015 se sustentaron un total de 78 millones de puestos de trabajo, 30 millones de los cuales fueron empleo directo³. Esto equivale al 35,3% del empleo en la UE. Con el tiempo, se espera que aumente la importancia relativa de la Economía Plateada como fuente de demanda debido al envejecimiento anticipado de la población. La Figura 1 ilustra cómo se espera que la contribución económica total de la Economía Plateada aumente hasta el 31,5% del Valor Añadido Bruto (VAB) de la UE y el 37,8% del empleo para 2025.

Figura 1

El Impacto Económico de la Economía Plateada en la UE

(Fuente: informe final de "Silver Economy". Un estudio elaborado para la Comisión Europea, DG de Redes de Comunicación, Contenidos y Tecnología por: Technopolis group y Oxford Economic)



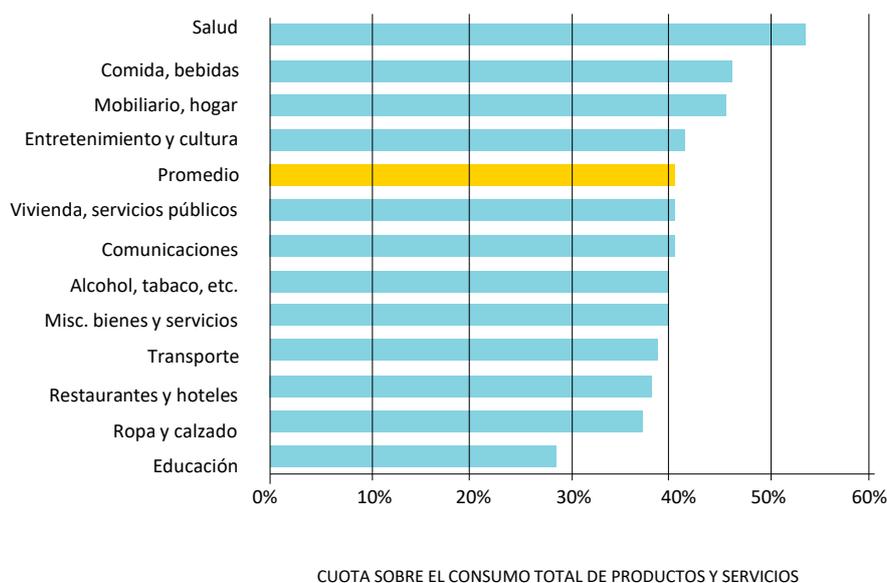
Productos y Servicios para la Economía Plateada

La Economía Plateada todavía tiene hoy en día muchos desafíos que superar, para convertirse en un verdadero motor de la economía, pero la economía del futuro estará liderada por personas mayores y tendrá las cualidades mencionadas anteriormente, entre otras. La Economía Plateada es un importante consumidor de servicios de salud que representa más del 53% de todo el gasto sanitario en la UE. En proporción, el consumo de alimentos y bebidas es el segundo grupo de productos más grande y es consumido desproporcionadamente más por la Silver Economy que por grupos de edad más jóvenes.

Figure 2

Cuota de la Silver Economy en los principales grupos de consumo en Europa en 2015

(Fuente: informe final de "Silver Economy". Un estudio elaborado para la Comisión Europea, DG de Redes de Comunicación, Contenidos y Tecnología por: Technopolis group y Oxford Economic)

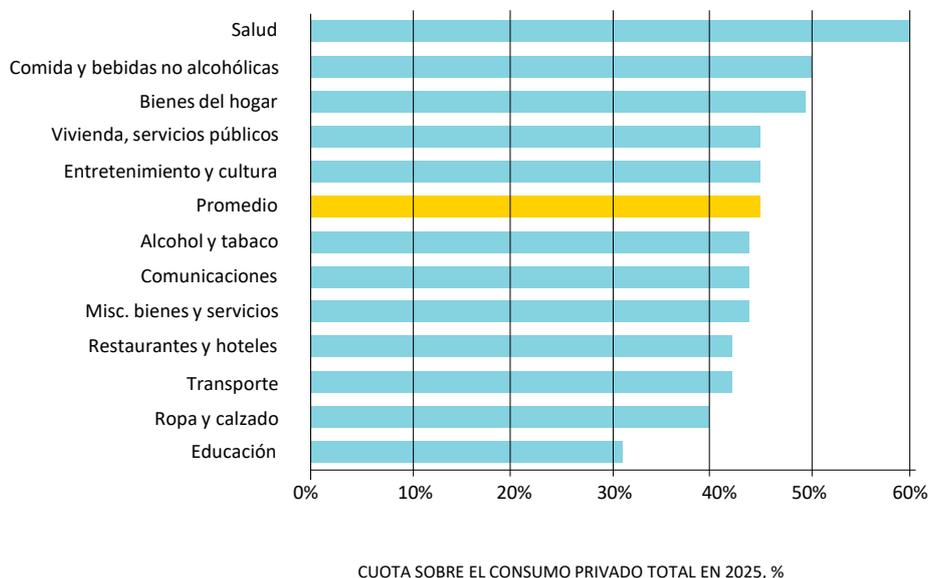


Entre 2015 y 2025 no se espera que la estructura del consumo cambie significativamente. Se prevé que la participación de la Economía Plateada en el gasto en salud aumente al 60%, y los alimentos y bebidas lo hagan al 50% (Figura 3):

Figura 3

Cuota de la Silver Economy en los principales grupos de consumo en Europa en 2025

(Fuente: informe final de “Silver Economy”. Un estudio elaborado para la Comisión Europea, DG de Redes de Comunicación, Contenidos y Tecnología por: Technopolis group y Oxford Economic)

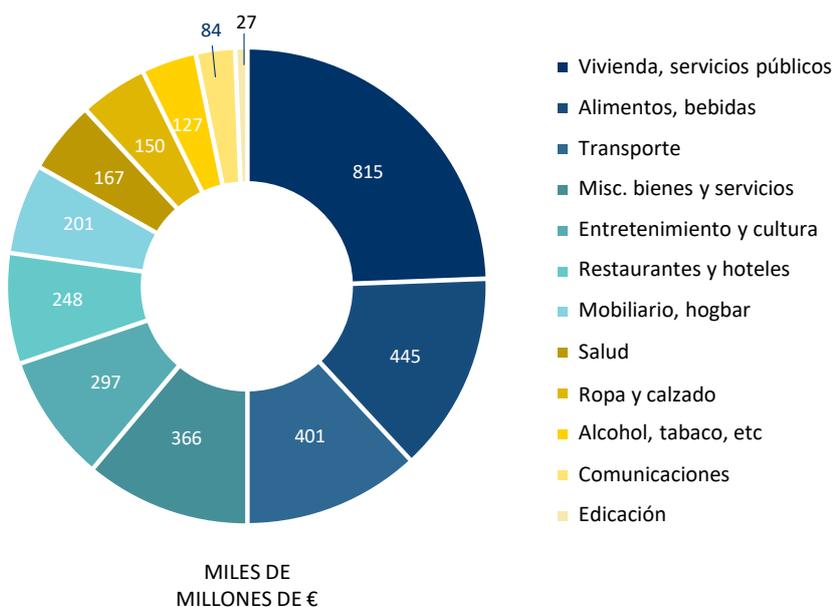


De cara al futuro, se espera que [la Economía Plateada](#) represente una proporción creciente del consumo privado; se espera que la participación de la Economía Plateada en el consumo privado aumente al 44,3% en 2025, un aumento de 3,7 puntos porcentuales en comparación con 2015. Es probable que los cambios en las preferencias, los nuevos desarrollos tecnológicos y los cambios en los precios relativos conlleven que las tendencias del consumo cambien durante este período, por lo que pronosticar este proceso con algún grado de precisión es extremadamente difícil.

Figura 4

Distribución del gasto de consumo privado 2015

(Fuente: informe final de “Silver Economy”. Un estudio elaborado para la Comisión Europea, DG de Redes de Comunicación, Contenidos y Tecnología por: Technopolis group y Oxford Economic)





Como se mencionó anteriormente, el sector de la alimentación y bebidas es el segundo sector de consumo más grande de la Economía Plateada. En los últimos años, el poder adquisitivo de la población mayor tendió a aumentar en la mayoría de los países europeos y está aumentando la disposición de este grupo a gastar más en gastos relacionados con la salud.

A medida que las tendencias actuales en nutrición van hacia una alimentación más saludable para mejorar la salud general, el mercado está favoreciendo el desarrollo de nuevos productos o servicios.

Salud y Servicios Sociales

El consumo de servicios públicos por parte de la Economía Plateada está dominado por una enorme necesidad de servicios de salud. Los 303 mil millones de euros de gasto en este sector por parte de los mayores de 50 años, totaliza dos tercios de todo el gasto en salud y una décima parte de todo el gasto público en 2015. Para 2025, se espera que el gasto en salud de la Economía Plateada totalice las tres cuartas partes de todo el gasto en salud y alcance un valor de 465.000 millones de euros (11,4% de todo el gasto público). La seguridad social también es un componente importante del consumo por parte de la Economía Plateada, pero representa solo una trigésima parte de todo el gasto público, ya que se realiza principalmente en forma de transferencias, donde el impacto se siente en cambio en la demanda privada.

Los cuidados de larga duración son otro servicio social que afecta de forma desproporcionada a las personas mayores, ya que sus necesidades (especialmente las de los de más edad) son superiores a las de otros grupos de edad. Se prevé que el costo promedio de la atención a largo plazo aumente del 1.8% del PIB en 2010 a entre el 3% y el 5% en 2060, una tasa que aumentará mucho más rápido que la de la atención médica. Todos los Estados miembros de la UE apoyan el principio del acceso universal a los cuidados de larga duración, pero los enfoques y la financiación varían mucho de un país a otro. Para proporcionar servicios adecuados a un costo sostenible, muchos Estados miembros buscan aumentar la atención informal por parte de familiares o amigos, brindar más atención domiciliaria y garantizar la disponibilidad de cuidadores profesionales capaces de brindar un cuidado de calidad. La UE también incentiva iniciativas de investigación que implican el fomento de estilos de vida saludables, el apoyo a la prevención, la rehabilitación y el uso de tecnología, por ejemplo, para sistemas de monitorización remota o dispositivos de asistencia que permitan una vida independiente o semiindependiente.

03

Impulsores de políticas y el impacto de los cambios en las políticas para la Economía Plateada



Impulsores de políticas y el impacto de los cambios en las políticas para la Economía Plateada

Europa está envejeciendo, así que las personas mayores son el centro de una serie de políticas y programas de la UE, incluidos los relacionados con la discriminación, el envejecimiento activo, la protección social y la accesibilidad de los servicios públicos, así como la investigación y la innovación.

La discriminación basada en la edad está prohibida en términos generales por los tratados de la Unión Europea. La discriminación por edad puede afectar a las personas más jóvenes, pero la discriminación contra las personas mayores es más generalizada. La discriminación es a menudo un problema relacionado con el empleo de personas mayores. Para algunos adultos mayores, trabajar más tiempo puede ser necesario o beneficioso económicamente, pero para muchos es una forma de contribuir a la sociedad y de mantenerse activos física y socialmente.

Las políticas de empleo son principalmente responsabilidad de los Estados miembros. Las personas mayores pueden verse como un recurso valioso que puede contribuir a la sociedad y vivir activamente mientras genera nuevos empleos y crecimiento. Pueden ser un activo en un mercado laboral en contracción y pueden ser voluntarias que brinden valiosos servicios a la sociedad y la economía. Por lo tanto, la [Estrategia Europea para el Empleo de la UE](#) proporciona un marco para la coordinación de políticas y la puesta en común de experiencias en línea con las recomendaciones generales de la UE. Según las directrices adoptadas en 2010, los Estados miembros deben aumentar la participación en el mercado laboral de las personas de 50 años o más mediante políticas de envejecimiento activo que se ocupen de la organización del trabajo y el aprendizaje permanente. La UE también apoya el diálogo entre los Interlocutores Sociales Europeos (organizaciones de empleadores y sindicatos) que ha llevado a acuerdos marco a nivel de la UE sobre temas como el trabajo a tiempo parcial, el teletrabajo y las condiciones laborales para los trabajadores temporales que pueden facilitar las cosas para que las personas mayores puedan seguir trabajando.

La [iniciativa Envejecimiento Activo y Sano \(AHA por sus siglas en inglés\)](#) implica alentar a las personas mayores a permanecer activas trabajando más tiempo y retirándose más tarde, realizando trabajo voluntario o cuidando a familiares jóvenes o muy mayores, y llevando una vida sana y autónoma. La UE declaró 2012 como el [Año Europeo del Envejecimiento Activo y la Solidaridad entre Generaciones](#), lo que proporcionó el foco a una amplia gama de iniciativas.

La UE ha ayudado a poner en marcha una serie de políticas y programas que promueven el envejecimiento activo, especialmente en términos de ayuda para que las personas mayores trabajen durante más tiempo.

La UE ayuda a los Estados miembros a tratar de encontrar soluciones adecuadas y sostenibles para las pensiones, la asistencia sanitaria y los cuidados a largo plazo, cuestiones que son importantes para las

personas mayores y ancianas. Como se indica en el [Documento de Referencia de la Comisión Europea](#) (Febrero de 2015), la Comisión ya está aplicando varias iniciativas políticas relacionadas con la Economía Plateada, por ejemplo:

- El potencial para nuevos mercados e impulsores económicos, como la renovación del parque de edificios, incluida para una vida autónoma, y el turismo en temporada baja (para personas mayores).
- Garantizar que los sistemas de atención a largo plazo accesibles, de alta calidad y sostenibles satisfagan las necesidades. Promover un enfoque de ciclo de vida y de inversión social en los sistemas y servicios de protección social. Se está considerando la innovación impulsada por las partes interesadas para un envejecimiento activo y saludable a través de acciones de innovación a gran escala.
- Nuevas habilidades y espíritu empresarial en relación con las necesidades de una población que envejece, con el apoyo de una nueva [Comunidad de Conocimiento e Innovación sobre Vida Saludable y Envejecimiento Activo](#) dependiente del Instituto Europeo de Tecnología (EIT por sus siglas en inglés)
- La especialización inteligente y la elegibilidad para la financiación regional ha llevado a 110 regiones europeas a identificar el envejecimiento activo y saludable como una prioridad de especialización inteligente.
- La accesibilidad, la calidad y la sostenibilidad financiera de los sistemas de atención sanitaria y social.
- Investigación e innovación en respuesta al cambio demográfico a través de [H2020](#).

04

Retos y oportunidades para la Economía Plateada



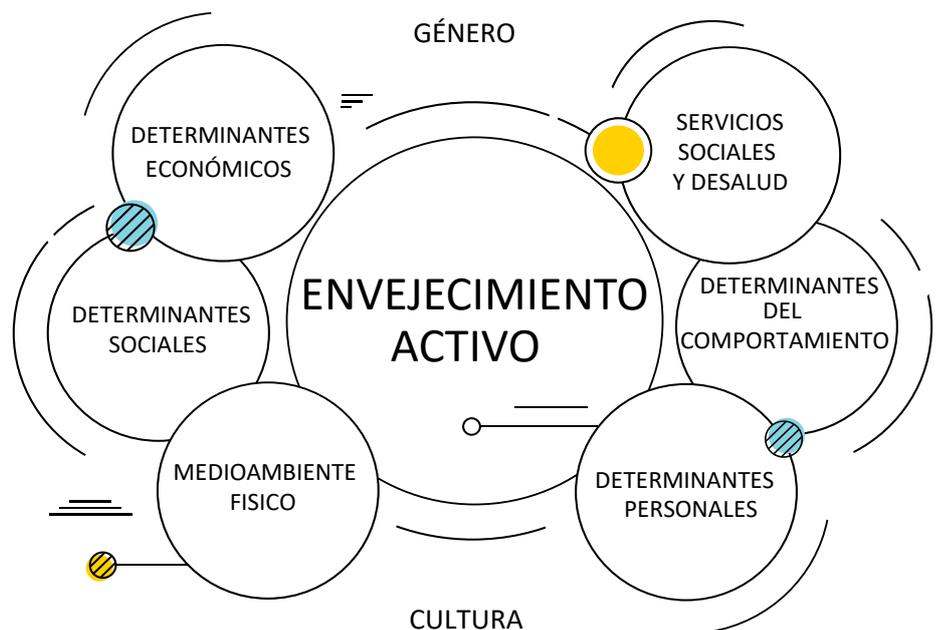
Retos y Oportunidades para la Economía Plateada

La Organización Mundial de la Salud (OMS) desarrolló un marco para comprender los determinantes del envejecimiento activo y 6 dimensiones de este trabajo se utilizan para introducir los retos y oportunidades para el crecimiento de la Economía Plateada en la UE. A medida que estas seis dimensiones están conectadas, los desafíos y oportunidades para hacer crecer la Economía Plateada también están interrelacionados. El género y la cultura se consideran determinantes transversales del envejecimiento activo (Figura 5)

Figura 5

Determinantes del envejecimiento activo

(De *Envejecimiento Activo: Marco normativo, 2002*)



Servicios de Salud y Sociales

Para mejorar la calidad y la asequibilidad de la atención, los servicios sociales y de salud deben estar integrados y mejor coordinados. Se espera que la proporción de personas en la UE que tienen 65 años o más en comparación con las personas de 15 a 64 años aumente del 28% en 2015 al 50% en 2060. En promedio, el consumo de atención médica aumenta con la edad. Como resultado, el número de personas mayores de 65 años que necesitarán atención médica (a largo plazo) aumentará sustancialmente en la UE durante los próximos años y esto ejerce una presión directa sobre el sistema de atención médica.

El sector de la asistencia social también se ve sometido a presión porque a medida que aumenta la edad, las personas ven sus movimientos más restringidos y necesitan apoyo adicional en las tareas diarias. Por lo tanto, la inclusión de soluciones tecnológicas y digitales en el sistema de salud y atención, así como el suministro de alimentos y bebidas, puede verse como una oportunidad de negocio. Los países de la UE que adopten estas soluciones pueden aumentar la eficiencia de la prestación de atención. Además, al permitir que las personas mayores permanezcan más tiempo en sus hogares, se espera que se puedan poner a su disposición soluciones de mejor calidad y más personalizadas, más allá de lo que es posible actualmente en los hospitales y centros de atención médica.



Determinantes del Comportamiento

Los Determinantes del Comportamiento, como la alimentación saludable, la actividad física y el uso de medicamentos, son fundamentales para un estilo de vida activo y saludable. [La esperanza de vida](#) ha aumentado sustancialmente en toda la UE y, de media, la esperanza de vida al nacer es ahora de 78 años para los hombres y cercana a los 84 años para las mujeres. Sin embargo, la esperanza de vida saludable a la edad de 65 años para los hombres es de 18 años y para las mujeres es de 22 años, con 8,6 años de vida saludable esperados para ambos (Eurostat, 2014). Las soluciones para un envejecimiento activo y saludable también pueden desempeñar un papel en el tratamiento de enfermedades. Por tanto, se espera que el mercado de la UE y mundial para el envejecimiento activo y saludable sea considerable y en crecimiento.

Determinantes del Comportamiento

Los Determinantes Personales del Envejecimiento Activo incluyen características biológicas y genéticas, que influyen en el envejecimiento de una persona, y factores psicológicos como la capacidad cognitiva. Un desafío específico para la vejez es la demencia y casi el 6% de la población de la UE mayor de 60 años vive con ella. Las personas con síntomas graves de demencia a menudo no pueden vivir solas, ya que pueden ponerse en peligro. Además de afectar a la persona que vive con esta enfermedad, la demencia también impacta en la calidad de vida de los familiares que brindan atención.

Existe un mercado potencial para los juegos de entrenamiento cognitivo para personas mayores que están diseñados para mejorar la memoria y, por lo tanto, indirectamente pueden apoyar la vida independiente continuada de la persona mayor. También existe un mercado para la medicina y la nutrición personalizadas que ayudan a apoyar el

envejecimiento activo y saludable. Además, el desarrollo de nueva tecnología integrada y/o tecnología portátil se puede utilizar para recopilar información sobre la salud y el bienestar y brindar asesoramiento para aumentar aún más la salud y el bienestar.

Medioambiente Físico

Los Determinantes del Envejecimiento Activo relacionados con el entorno físico incluyen el transporte y la vivienda. Gran parte de los servicios de transporte existentes para personas mayores y discapacitadas dependen en gran medida de los voluntarios. Esto es importante en el contexto de los comportamientos de compra de las personas mayores. La movilidad de los adultos mayores a veces se ve afectada, lo que conduce al aislamiento y las privaciones. Como resultado del envejecimiento de la población, los servicios de voluntariado estarán cada vez más bajo presión y existe el peligro de que las personas mayores, especialmente las que viven en áreas más remotas, se encuentren cada vez más aisladas.

La mayoría de las personas mayores prefieren quedarse en su propia casa a medida que envejecen. En la actualidad, muchas casas no están construidas para adaptarse a tales cambios, ni incluyen soluciones inteligentes para el hogar. Las soluciones adaptables e inteligentes para el hogar pueden ayudar a actualizar y respaldar mejor la vida independiente de las personas mayores. Permitir que las personas mayores permanezcan en su propia casa reduce la presión sobre el sector de la salud y la atención cuando se retrasa el cambio a la atención residencial. Veremos en nuestros estudios de caso cómo las formas innovadoras de servicios de comida a domicilio son un área de crecimiento de productos/servicios alimentarios.

Determinantes Sociales

Los Determinantes del Envejecimiento Activo relacionados con el entorno social incluyen oportunidades de educación y formación, y participación social. La educación y la formación de adultos pueden contribuir a aumentar la empleabilidad de las personas mayores. Esto podría significar que estas personas pueden regresar al empleo y ser más productivas durante períodos más prolongados. El aislamiento social es un desafío particular en la vejez, siendo la jubilación solo una de las causas. Otras causas pueden ser la muerte de un compañero o compañera, familia o amigos, así como la disminución de la salud y la movilidad. Se sabe que las personas mayores de 85 años pasan una media del 80% de su tiempo en casa. La sensación de aislamiento social resultante puede tener efectos perjudiciales para la salud de una persona, incluido un aumento de la morbilidad y la mortalidad. La disminución del apetito es una consecuencia. Por lo tanto, otros beneficios de la educación y la capacitación para las personas mayores son los de la salud mental y una mayor socialización e interacción con la comunidad, lo que conduce a menos privaciones sociales y a los desafíos asociados de salud y bienestar. Preservar y mejorar la movilidad de la población mayor es clave para un estilo de vida saludable y activo. Estar fuera de casa aumenta el consumo, por un lado, y por otro lado, permite que las personas participen más activamente en la sociedad.



Sin embargo, las pruebas a este respecto son contradictorias, ya que la jubilación parcial puede prolongar la vida laboral de algunos y acortar la vida laboral de otros. Se argumenta que la vida laboral puede extenderse más allá de la edad de jubilación mediante la flexibilidad de los planes de jubilación que facilitan

“el aplazamiento del cobro de la pensión” y permiten “combinar la percepción de ingresos por pensiones con el trabajo”¹.

Los Determinantes del Envejecimiento Activo en relación con los aspectos económicos son los ingresos, el trabajo y la protección social. Muchas personas mayores están deseosas de trabajar, aunque a un ritmo diferente, pero a menudo no pueden hacerlo en el entorno legal y físico actual. Una proporción significativa de personas mayores de 50 años terminan abandonando el mercado de trabajo años antes de su edad oficial de jubilación.

[El establecimiento de la edad de jubilación](#) tiene poco que ver con la capacidad de trabajo. Cuestiones como la percepción de fluctuación en las oportunidades de empleo para jóvenes y personas mayores, las políticas a largo plazo para reestructurar la economía que afectan a sectores que emplean a un gran número de personas mayores, las necesidades de las personas mayores que no pueden trabajar y la presión de los sindicatos afectan las reglas formales de jubilación. También existen desafíos estructurales con la alineación de los derechos de jubilación que, en algunos países y situaciones de la UE, desincentivan que las personas trabajen más tiempo. Aunque no debe subestimarse la dificultad de la pobreza entre la población de edad avanzada, muchas personas de edad avanzada tienen un ingreso disponible sustancial que permanece intacto. Por lo tanto, muchas personas mayores pueden invertir en nuevos productos y desarrollos de servicios y/o las personas mayores tienen tiempo para contribuir al desarrollo empresarial. Aumentar el número de emprendedores mayores ofrece oportunidades para resolver múltiples problemas a los que se enfrentan las personas de más de 50 años a medida que las administraciones públicas y las grandes empresas retrasan la jubilación para alcanzar los objetivos de eficiencia. Estos programas empujan a miles de personas al mercado laboral por primera vez. Dada su experiencia más amplia en gestión, redes profesionales y recursos, estos [“empresarios de la tercera edad”](#) tienen la capacidad de sacudir los mercados y desafiar a los operadores tradicionales a que lo hagan mejor. Retener a estas personas en el mercado laboral también crea un impacto social más amplio.

¹ Eurofound. (2016). *Extending working lives through flexible retirement schemes: Partial retirement*. Publications Office of the European Union, Luxembourg.

05

El mercado actual de la alimentación



El mercado actual de la alimentación

Uno de los principales motores económicos de la Unión Europea es la industria de alimentos y bebidas. Una parte importante de la industria alimentaria europea produce alimentos tradicionales, cuya comercialización cuenta con el apoyo de las PYMEs. Esto significa que más del 70% del empleo total generado por la industria alimentaria europea se encuentra en la producción de alimentos tradicionales. Además de su importancia económica y social, los alimentos tradicionales son una parte importante de la cultura, la identidad y el patrimonio gastronómico europeo.

Contribuyen al desarrollo, diversificación y sostenibilidad de muchas áreas rurales, protegiéndolas de la despoblación, permitiendo una clara diferenciación de productos para sus productores y procesadores, así como brindando una mayor variedad de opciones alimentarias a las personas consumidoras finales. En general, los alimentos tradicionales se asocian con una identidad regional y una cualidad sensorial particular.

En la Economía Plateada, el conocimiento cada vez mayor de los mecanismos del envejecimiento y la mejora de la asistencia sanitaria nos permiten planificar de cara a una esperanza de vida más larga en Europa. Así, los productores de alimentos tradicionales enfrentan el desafío de mejorar la seguridad, salud y conveniencia de sus productos, de acuerdo con las demandas del mercado, mediante diferentes innovaciones que les permitan mantener, e incluso expandir, su área de influencia actual en un mercado altamente competitivo y globalizado. En los últimos años, el poder adquisitivo de la población anciana tendió a aumentar en la mayoría de los países europeos y está creciendo su disposición a gastar más en el ámbito de la salud. A medida que las tendencias actuales en nutrición van hacia una alimentación más saludable para mejorar la salud general, el mercado está favoreciendo el desarrollo de nuevos productos o servicios. Por un lado, los avances recientes en la medicina señalan que las personas mayores necesitan cambiar su ingesta nutritiva agregando más proteínas y vitaminas específicas a su dieta diaria. Por otro lado, también está aumentando el desarrollo de herramientas de información y comunicación que permiten monitorear la nutrición. En conjunto, existe la necesidad de una nutrición específica para las personas mayores y herramientas para ayudar a monitorear y apoyar esta necesidad. Esto crea oportunidades en el mercado de [la nutrición personalizada](#) para personas mayores.

[Como muchos estudios muestran](#)², el simple aumento del tamaño de las porciones o la frecuencia de las comidas, generalmente no tiene éxito en las personas mayores, debido a problemas físicos para comer o disminución del apetito. Los alimentos especializados y ricos en nutrientes, por el contrario, proporcionan grandes cantidades de nutrientes en cantidades relativamente pequeñas de alimentos y pueden ser más apropiados. Por lo tanto, reemplazar los alimentos convencionales con alimentos enriquecidos con proteínas puede ser una forma eficaz de aumentar la ingesta de proteínas en las personas mayores.

Alimentación funcional como tendencia de mercado

Los alimentos enriquecidos con proteínas pueden considerarse un tipo de alimento funcional - productos que se describen ampliamente como beneficiosos para la salud más allá de simplemente satisfacer el hambre y brindar su valor nutricional básico. Sin embargo, hasta el momento no se ha acordado una definición única de alimentos funcionales. Aunque la mayoría de los alimentos brindan algunos beneficios adicionales para la salud, la mayor parte de la literatura se limita a los alimentos funcionales enriquecidos con micronutrientes o macronutrientes³. Los alimentos funcionales a menudo se perciben como más saludables que los alimentos convencionales y la disposición a probarlos es generalmente alta, especialmente en los adultos mayores. Desde una perspectiva de marketing, las personas mayores también pueden ser un grupo objetivo adecuado para los alimentos enriquecidos con proteínas. Sin embargo, existe una variedad de barreras para la aceptación de alimentos funcionales, por ejemplo: las personas consumidoras esperan que los alimentos funcionales tengan mal sabor, sean costosos y no naturales.

Además, a veces las personas piensan que la información sobre propiedades saludables adjuntas a los alimentos funcionales carecen de relevancia para ellas o son meras herramientas publicitarias y confunden tanto a público como a dietistas. Además, el público de edad avanzada informa sobre diversas barreras para elegir alimentos saludables en general. Además de las barreras ya mencionadas, las personas mayores pueden sentirse limitados por inconvenientes en la preparación y compra de alimentos, al tener una dieta especial. Junto a estas barreras percibidas, se ha descubierto que la falta de conocimiento nutricional limita la aceptación de los alimentos funcionales. Más específicamente, tanto el conocimiento de los atributos (es decir, sobre los nutrientes en los alimentos) como el conocimiento de las consecuencias (es decir, sobre el efecto de los nutrientes en el cuerpo) son necesarios para la aceptación de estos alimentos.

² Drewnowski, A. (2005). Concept of a nutritious food: toward a nutrient density score. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 82(4), pp. 721–732.

³ Sääksjärvi, M., Holmlund, M., & Tanskanen, N. (2009). Consumer knowledge of functional foods. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 19(2), pp.135-156. <http://dx.doi.org/10.1080/09593960903109469>.

Mercado de la nutrición personalizada como tendencia

Según los resultados de un análisis de nutrición personalizada en la Economía Plateada, realizado durante el proyecto [IncluSilver](#), el mercado de la nutrición para personas mayores se puede dividir en varios segmentos:

El primero de ellos es la **industria agroalimentaria**, que representa la mayor parte del mercado de la nutrición. Se puede dividir en **desarrollo de nuevos productos**, específicamente para las necesidades de las personas mayores. Por lo general, pueden ser productos con nutrientes específicos de los que carecen las personas mayores, como vitaminas o productos fáciles de comer. Luego, la industria agroalimentaria se puede subdividir en **diseño de productos** (textura y forma de los alimentos –es decir, productos fáciles de comer–, sabor y forma); **empaquetado** (formato fácil de abrir y fuentes más grandes).

El segundo segmento del mercado de la nutrición son las **tecnologías de la información y la comunicación (TIC)**, que reúnen todos los objetos conectados que podrían ayudar a personalizar la dieta de los adultos mayores. Por ejemplo, las plataformas y aplicaciones

web que ayudan a las personas mayores en su nutrición forman parte de esta categoría, pueden ser servicios para elegir o localizar productos adaptados.

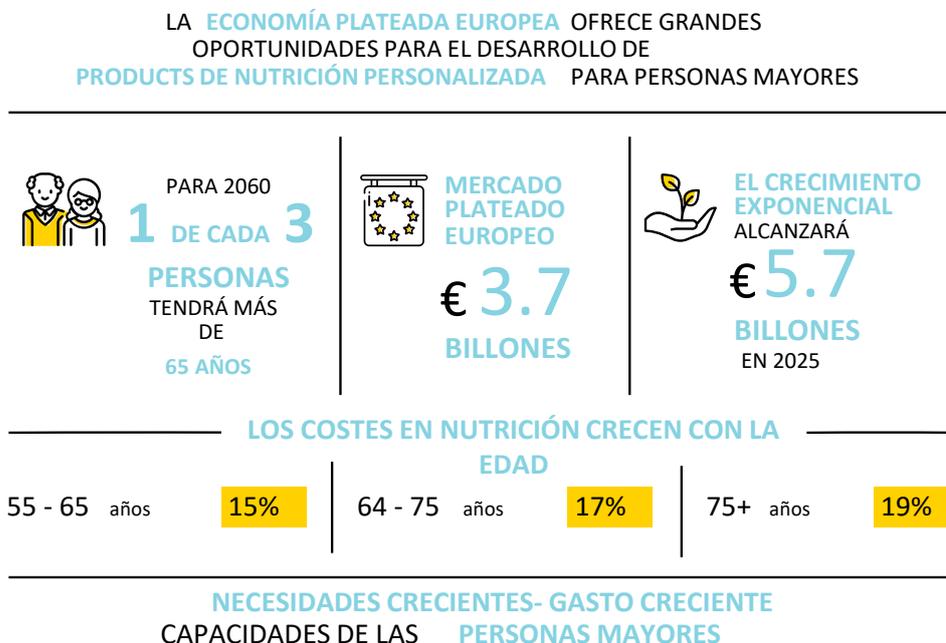
La tercera categoría son los **servicios a domicilio**, que consisten en servicios de comida a domicilio o de cocina a domicilio. También incluye todos los servicios que tienen como objetivo el bienestar en el hogar de las personas mayores. Además, los servicios a domicilio también podrían utilizarse para la nutrición personalizada de las personas mayores.

[El mercado de la nutrición personalizada](#) para personas mayores está ampliamente abierto a innovaciones. Sin embargo, con las necesidades específicas de este mercado, parece que los actores del sector agroalimentario, las TIC o los servicios a domicilio aún no están ocupando la mayor parte del mercado. Con el creciente número de personas mayores, parece que el mercado crecerá exponencialmente. Además, su progresiva adopción de nuevas tecnologías y su mayor interés por los servicios a domicilio ofrece grandes posibilidades para el mercado de la nutrición personalizada (Figura 6):

Figura 6

Mercado de la Economía Plateada

(Fuente: [Análisis de mercado de la nutrición personalizada en el informe sobre la Economía Plateada \(Silver Economy, 2017\)](#))



El mercado agroalimentario para personas mayores como tendencia

El [mercado agroalimentario](#) para personas mayores incluye todo tipo de productos alimenticios que se pueden comprar en tiendas de comestibles, supermercados, fruterías o farmacias y que están enriquecidos con nutrientes específicos. Estos productos no están etiquetados para personas mayores, pero debido a su enriquecimiento, se adaptan a las necesidades de las personas mayores. Esta categoría de producto alimenticio podría dirigirse preferentemente a la comunidad de personas mayores que aún están sanas, para prevenir una posible desnutrición. En el contexto actual, el mercado de "alimentos para personas mayores" etiquetado como tal es inexistente. La falta de familiaridad de las personas mayores con sus necesidades de nutrientes hace que sea muy difícil orientar los productos alimenticios directamente a esta población. Sin embargo, las tendencias alimentarias van hacia una alimentación más saludable. En la actualidad, los alimentos etiquetados como "orgánicos", "sin gluten", "vegetarianos" o "veganos" están en aumento. La capacidad de rastrear componentes de productos alimenticios o consumir alimentos cultivados localmente y/u orgánicos también se está volviendo cada vez más importante a los ojos de las personas consumidoras. This includes people aged over 65 years old. Esto incluye a personas mayores de 65 años. Así, si esta parte de la población fuera consciente de sus necesidades, probablemente se abrirían nuevas puertas al mercado personalizado de la nutrición para personas mayores. Es importante destacar que los actores que quieren posicionarse en el mercado personalizado de la alimentación plateada, necesitan identificar que el poder adquisitivo de los mayores de 60 años está aumentando. Con el aumento de la proporción de personas mayores en cada país europeo, existe una gran oportunidad para satisfacer sus necesidades.

Además, la alimentación especializada también es una parte importante del mercado de productos alimenticios para personas mayores. En este segmento de mercado se pueden incluir productos como bebidas, sopas o salsas con alto contenido proteico, productos alimenticios de textura modificada (productos gelatinosos o deshidratados), entre otros. Sin embargo, debido a la falta de conocimiento en desnutrición o diversos problemas relacionados con la alimentación que surgen con la edad, este mercado es en gran parte desconocido y solo actores especializados han



Sin embargo, como la gente quiere quedarse en casa el mayor tiempo posible, la tendencia podría cambiar en los próximos años si la población en general es más consciente de las necesidades nutricionales de las personas mayores. De hecho, el mercado para personas mayores de 85 años está ampliamente abierto a la producción y comercialización de nuevos alimentos especializados. Ya hay productos en el mercado, pero se debe hacer un esfuerzo para desarrollar productos que sean fáciles de comer, que contengan los nutrientes necesarios para combatir la desnutrición y, lo más importante, que tengan un aspecto atractivo y tengan buen sabor.

Un segmento específico de este mercado se refiere a los productos alimenticios para la preparación de comidas en residencias de personas mayores. Este mercado podría ser accesible si los productos se venden a bajo costo, especialmente para las residencias públicas que no tienen muchos fondos para gastar en productos alimenticios y prefieren ir directamente a los productores de verduras, frutas o carne para reducir los costos de intermediación. Esto podría ser diferente para las instituciones privadas. Por lo tanto, si se planea dirigirse a residencias de personas mayores, las PYMEs deben comercializar productos especializados que serán necesarios para estas instalaciones, como productos con texturas modificadas o con mayor contenido de nutrientes, entre otros.

El embalaje adecuado de los alimentos es importante cuando se dirige a poblaciones específicas. De hecho, a medida que las personas envejecen, su fuerza disminuye y es más probable que compren productos en envoltorios "fáciles de abrir". Las PYMEs y los grandes grupos agroalimentarios que desarrollan productos dirigidos a las personas mayores ya están pensando en estos temas. Los líderes del mercado no han optado por aumentar el tamaño de las letras. Por lo tanto, podría considerarse como una restricción común al desarrollar un producto alimenticio considerar la solución de envasado más conveniente para todos, incluida la población de edad avanzada.

En resumen, está claro que el mercado de alimentos actual tiene potencial para crecer hacia el desarrollo de alimentos funcionales y basados en la nutrición para personas mayores. Es evidente que existe la necesidad de concienciar tanto a las PYMEs como a la comunidad de personas mayores sobre sus necesidades nutricionales para mantenerse saludables y apoyar su proceso de envejecimiento.

06

Buenas Prácticas: Estudio de Casos





Buenas Prácticas: Estudio de Casos

Los estudios de casos se han **clasificado en 3 grupos:**



PRODUCTOS INNOVADORES

Aquellos que ofrecen productos innovadores al mercado senior



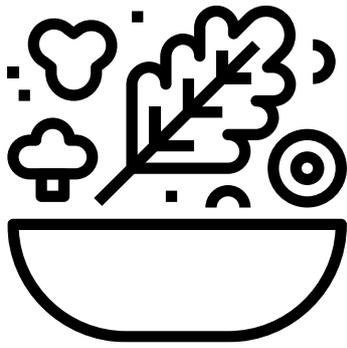
SERVICIOS ÚNICOS O ÚTILES

Aquellos que ofrecen servicios únicos o útiles al mercado de personas mayores



ALIVIO DE PROBLEMAS O DESAFÍOS

Donde un producto y un servicio se combinan pero apuntan a aliviar problemas o desafíos que el mercado senior experimenta



Aquellos que ofrecen productos innovadores al mercado senior

- 01 NUA Naturals
- 02 Gusto Vitas
- 03 Ventro Bio-gels
- 04 AB Auga
- 05 BIOCENTRAS
- 06 Ekofrisa
- 07 Ooho, Skipping Rocks Lab & Jelly Drops Ltd
- 08 AINIA- ALTEX, Microencapsulation
- 09 Health Care - Campofrío

Producto: Súper Alimentos Orgánicos Naturales

Región: Galway, Irlanda

“ Su misión es crear un equilibrio saludable y feliz para el cuerpo, la mente y el espíritu para todas las edades ”



HAGA CLIC PARA VER

Por qué esta es una Buena Práctica:

NUA Naturals es un líder del mercado en la mejora de la salud y el bienestar, con su deliciosa variedad de súper alimentos orgánicos naturales. Su misión es crear un equilibrio saludable y feliz para el cuerpo, la mente y el espíritu de todas las edades. Aunque Nua Naturals no se dirige específicamente al mercado de personas mayores, sus productos son ideales para este segmento de mercado. Ser capaz de complementar la dieta de las personas mayores de manera fácil y nutritiva combate los desafíos de la desnutrición y los problemas de deglución, ya que estos súper alimentos en polvo se pueden agregar a líquidos, pastas o alimentos para mejorar el valor nutricional.

Acerca de:

Esta es una empresa familiar irlandesa, apasionada por la salud y el bienestar. Lleva sus súper alimentos orgánicos envasados a un público global, consciente de mantener el bienestar y el medio ambiente. Son defensores, proveedores y productores de súper alimentos sabrosos, proteínas veganas y vegetales. Todos los productos de NUA Natural se crean con ingredientes simples y naturales para optimizar la dieta y aumentar la energía. Desde cacao en polvo hasta semillas de chía, espirulina en polvo, clorella en polvo y una variada selección de proteínas veganas y vegetales. Venden sus alimentos saludables de calidad, de origen sostenible y envasados localmente, online y en tiendas de todo el país.

Retos:

El mercado para personas mayores se está expandiendo y envejeciendo y, a medida que cambian sus necesidades dietéticas, también lo hacen sus hábitos alimenticios. A menudo conduce a una ingesta deficiente de nutrientes valiosos y necesarios. A medida que las personas envejecen generalmente necesitan menos calorías, pero su necesidad de nutrientes sigue siendo alta o incluso más alta que cuando eran más jóvenes. En particular, sus necesidades de calcio, proteínas, fibra dietética, potasio, vitamina D y vitamina B12 siguen siendo elevadas.

Hace tan solo 10 años, los súper alimentos como las semillas de chía, las bayas de goji o el polvo de acai eran algo inaccesible en Irlanda. Nua Naturals fue la primera marca en introducir súper alimentos en el mercado irlandés y continúan ofreciendo productos innovadores, saludables y de calidad al público irlandés. Son una pequeña empresa que se enorgullece de lo que hacen y de cada artículo que venden.

Éxito y transferibilidad:

Nua Naturals proporciona estos nutrientes de manera amigable para las personas mayores, en particular sus suplementos son versátiles y adaptables a los gustos y necesidades de los y las consumidores. Tener estos súper alimentos en forma de polvo facilita complementar las comidas para personas mayores. Los polvos están hechos para que se disuelvan fácilmente y se pueden usar en una multitud de recetas y formas.

Nua Naturals a menudo proporciona recetas fáciles con sus productos para mantener el interés y, por lo tanto, las familias, los niños y las personas mayores pueden beneficiarse de la suplementación nutracéutica a diario.

Nua Naturals es una PYME que intenta marcar la diferencia en la salud y el bienestar de la comunidad, incluidas las personas mayores. Todos los envases están claramente marcados en cuanto a lo que contienen y también destacan los principales beneficios nutricionales que contiene el producto. Los paquetes y las tarrinas son fáciles de abrir. Proporcionan una gran cantidad de información sobre todos sus productos y recetas sencillas para usarlos, así como interesantes temas de discusión en su sitio web, en el que es fácil navegar, lo que demuestra un uso adecuado de la digitalización en su mercado. El sitio web también se utiliza para el comercio electrónico. Las ventas directas y la entrega son perfectas para aquellas personas mayores que no pueden viajar o ir a la tienda a comprar los productos.

Producto: Comidas Nutritivas en Tarros fáciles de comer y servir

Región: Petersburg, Alemania

“Alimentos nutritivos en vaso que están en porciones perfectas para personas mayores”



Por qué esta es una Buena Práctica:

Gusto Vitas proporciona una solución a las personas con problemas para masticar y tragar. Producen una amplia variedad de platos clásicos, preparados por chefs con formación en geriatría. El concepto de comida en un frasco ofrece comidas nutritivas y atractivas a la vista que satisfacen las necesidades de todos los adultos con dificultades físicas para comer en todo tipo de centros asistenciales. Son particularmente adecuados para quienes padecen molestias bucales y faríngeas (p. ej., después de un tratamiento dental/de ortodoncia o después de un tratamiento/radiación en la garganta y el esófago). También es adecuado para todos los adultos mayores con trastornos geriátricos, motores o demencia o personas con discapacidad.

Acerca de:

La persona detrás de Gusto Vitas es el chef Michael Staubach, quien después de pasar años trabajando en hoteles wellness, giró su enfoque profesional hacia la atención a las personas mayores. Como director de cocina en catering para personas mayores, adquirió conocimientos gerontológicos especializados en nutrición y ha realizado cursos de formación adicionales especializados sobre el tema. A través de esta especialización, ahora combina la competencia profesional de un chef con los conceptos de enfermería y trabaja con su equipo para apoyar la nutrición sana y equilibrada de las personas mayores.

Retos:

Muchas personas mayores tienen dificultades para comer o tragar debido a la incomodidad o la disfagia. También tienden a tener un apetito reducido, lo que puede provocar desnutrición y una pérdida de peso no deseada. Gusto Vitas proporciona una solución a estos desafíos, ya que el tamaño de las porciones es muy adecuado para las personas mayores, y cada frasco proporciona una comida equilibrada, rica en calorías y enriquecida con nutrientes, que proporciona una gran parte de las necesidades diarias de energía, vitaminas y minerales.

Éxito y transferibilidad:

El concepto supera los problemas por nutrición deficiente que enfrentan muchas personas mayores. Ofrece un alto grado de comodidad, buena apariencia, tamaño de comida adecuado y gran aceptación por parte del público. Gracias al principio simple de calentar y servir, el personal de enfermería y atención ahora puede servir la comida de una manera flexible que se adapte a las respectivas necesidades gastronómicas y horarios de las comidas de las personas mayores. Los frascos de vidrio también son fáciles de almacenar (se pueden guardar durante al menos seis meses sin refrigeración), ahorran espacio y energía, y ofrecen un alto grado de comodidad.

El concepto es ideal para salas de hospital, instalaciones de hospitalización para personas mayores y discapacitadas, grupos residenciales, cocinas de sala, atención a corto plazo o áreas donde se requieren opciones de alimentos esporádicas e individualizadas. Gracias al enriquecimiento alto en calorías, Gusto Vitas es una alternativa adecuada a los habituales paquetes de bebidas dulces con alto contenido calórico y son ideales como snack o sustituto de comidas.

Adicionalmente, los cursos ofrecidos por chefs, emprendedores e innovadores de la industria alimentaria generan nuevos conceptos que consideran las necesidades reales de las personas mayores en cuanto a nutrición y raciones con un alto grado de comodidad y buen aspecto. La comodidad juega un papel importante en la mejora de la aceptación de opciones alimentarias innovadoras entre las personas mayores. Aparte de la nutrición, la preparación de comidas de forma cómoda y visualmente atractiva son factores cruciales para las personas consumidoras mayores.

El concepto Gusto Vitas fue una de las cinco Start-ups ganadoras que recibieron premios de expertos y visitantes en el concurso "Start-up Challenge 2017" en el marco de la muestra "Aveño - Espacio para la Innovación" en la feria comercial ALTENPFLEGE 2017.

Producto: Bio-gel de Pro/prebióticos como suplemento alimenticio

Región: Münster, Alemania

“Somos expertos en el cultivo de beneficiosos microorganismos vivos y activos, junto con nutrientes que pueden ayudar a restablecer el equilibrio”



Por qué esta es una Buena Práctica:

Los Bio-geles Ventro son un excelente método de complemento alimenticio para personas mayores. Se ha comprobado que el consumo de probióticos en adultos mayores previene enfermedades gastrointestinales, respiratorias y urinarias causadas por microorganismos patógenos y fortalece nuestro sistema inmunológico. La asociación estratégica con universidades en el centro de trabajo conjunto permite un mejor acceso al conocimiento, la experiencia y la capacidad, por lo que facilita el desarrollo y la validación de nuevas tecnologías alimentarias.

Acerca de:

Kurago Biotek ha desarrollado estos Bio-geles comestibles para promover la salud y nutrición de la comunidad. Su ambición es ser la empresa líder en la industria de alimentos biotecnológicos fermentados. A través de la innovación y el cultivo de bacterias beneficiosas genera equilibrio, bienestar, salud y armonía en todos los seres vivos.

Ventro Bio-gel contiene probióticos vivos que pueden ayudar a regular y mantener el equilibrio de nuestra microbiota (flora intestinal), apoyando así nuestras funciones intestinales y son los primeros de su tipo en el mundo, ya que se obtienen sin el uso de procesos lácteos o liofilizados. Cada sobre es lácteo y sin lactosa con una gelatina con sabor a fruta, solo 2.32 calorías por porción, sin grasa, sin colorantes artificiales ni edulcorantes. El concepto se desarrolló en un espacio de trabajo conjunto llamado Tecnología de Münster.

Retos:

En estudios se ha encontrado que los sujetos mayores muestran una reducción en la diversidad de la microbiota en sus intestinos en comparación con los adultos más jóvenes. Estas diferencias de la microbiota intestinal de las personas mayores pueden no necesariamente ser causadas por el envejecimiento, pero podrían estar asociadas con el deterioro del estado general de salud por desnutrición y con una mayor necesidad de medicación, como antibióticos y antiinflamatorios no esteroideos, situaciones que ocurren con frecuencia en las personas mayores. Estos pueden ser particularmente útiles para las personas mayores, ya que son fáciles de usar y tienen importantes beneficios para la salud.

Éxito y transferibilidad:

Los probióticos ayudan a regular las funciones orgánicas en todos los seres vivos, mejorando su nutrición, salud y bienestar. Tienen amplias implicaciones y se pueden aplicar en diferentes entornos. Estos pueden ser particularmente útiles para las personas mayores, ya que son fáciles de usar y tienen importantes beneficios para la salud. Su uso se ha asociado con una reducción en la aparición de diarrea y estreñimiento, algo que sufren muchas personas mayores. Existe alguna evidencia de que ciertas cepas de probióticos pueden reducir el riesgo de enfermedad cardíaca al mejorar los niveles de colesterol en sangre y reducir la presión arterial.

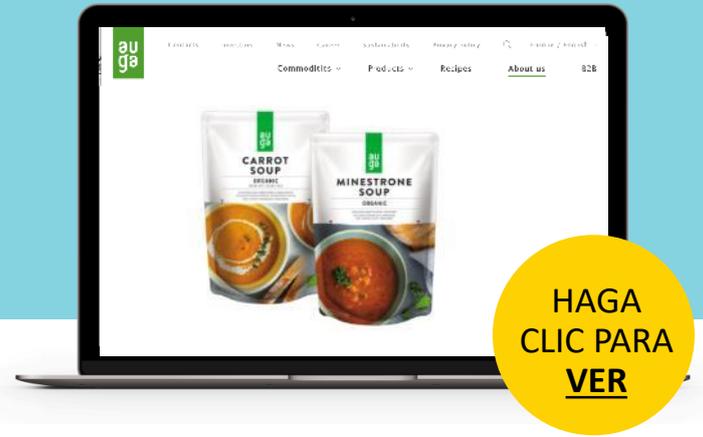
Premios destacados:

- 2012 y 2015 - Ganadores del premio Nación Mexicana de Tecnología e Innovación
- 2014 – Ganadores del Galardón Mexicano de Salud
- Bio-Gel está clasificado como el mejor proyecto en Oxford University Innovation por la Universidad de Oxford, Reino Unido

Producto: Sopas Orgánicas en envases innovadores

Región: Vilna, Lituania

“ Los productos AUGA se basan en la producción innovadora de alimentos y la creciente demanda mundial de alimentos orgánicos y sostenibles por parte del público ”



Por qué esta es una Buena Práctica:

La empresa AB Auga creó nueve variedades de sopas orgánicas, que tienen una textura espesa y triturada, por lo que son adecuadas para personas mayores que tienen problemas para masticar y tragar. El producto se crea utilizando solo ingredientes orgánicos y no contiene conservantes. El innovador empaque de la sopa es fácil de usar, y la sopa solo requiere ser calentada en una olla, horno microondas o sumergiendo un paquete sin abrir en agua hirviendo durante 10 minutos.

Acerca de:

El conjunto de empresas que componen el grupo AUGA, AB y sus filiales, están desarrollando un modelo agrícola sostenible basado en nuevas tecnologías, que abarca la producción agrícola, la ganadería lechera, la avicultura y el cultivo de setas. Utilizando su capacidad de producción propia y subcontratada, la empresa produce una amplia gama de productos orgánicos para los usuarios finales y suministra materias primas al mercado. Más del 70% de sus productos se exportan a más de 30 países de todo el mundo.

Retos:

Relativamente pocos productos alimenticios y bebidas se han dirigido activamente a los y las consumidores de edad avanzada, lo que significa que este segmento de la población representa tanto un desafío como una oportunidad para los fabricantes de alimentos y bebidas.

AUGA tiene como objetivo lograr la mejor comprensión de las necesidades presentes y futuras de sus consumidores y consumidoras y otras partes implicadas. Como líderes en su campo, inician el cambio, crean valor e impactan positivamente a toda la comunidad.

Éxito:

Las 9 variedades de sopa aseguran que cualquiera encuentre su sabor favorito. Llenas de ingredientes naturales y orgánicos, la textura espesa y la forma fácil de preparar, aseguran que estas sopas sean populares entre la población mayor y estén fácilmente disponibles. Desde el punto de vista nutricional, son productos saludables, nutritivos y perfectos para quienes no pueden preparar y cocinar los alimentos por sí mismos. Son fáciles de comprar, manipular y almacenar. Las sopas se presentan en envases innovadores y respetuosos con el medio ambiente que han demostrado tener una emisión de CO2 significativamente menor durante el ciclo de vida del producto, en comparación con un frasco de vidrio del mismo tamaño. El embalaje es seguro para los productos alimenticios, ya que no contiene plásticos BPA.

Transferibilidad:

El grupo AUGA, la empresa de alimentos orgánicos más grande de Europa, está ampliando su gama e introduciendo 5 tipos de avena de preparación rápida con trozos de frutas y bayas. La papilla 100% vegana, sin azúcares añadidos, sin aromas, espesantes, edulcorantes ni colorantes ya ha llegado a las principales cadenas minoristas lituanas y aparecerá en los mercados exteriores en un futuro próximo. El éxito de las sopas AUGA listas para comer ha confirmado la idea de la compañía de que el público moderno que desea comer de manera saludable y se preocupan por la sostenibilidad no siempre tiene tiempo o capacidad para cocinar. En busca de respuesta a qué nuevo producto satisfaría la necesidad del público de consumir alimentos orgánicos de manera rápida y cómoda, detectaron que en el mercado faltan alternativas de desayuno orgánico, por lo que nació la idea de crear avena. Sin duda, las papillas AUGA satisfarán las necesidades de sus clientes con diferentes gustos: tendrán la oportunidad de probar 5 tipos diferentes de avena. Otra ventaja de la papilla AUGA es el envase: el 95% de su composición es fibra vegetal.

Producto: Complemento alimenticio para promover la inmunidad

Región: Vilna/Municipalidad, Lituania

“Una empresa de biotecnología innovadora que ofrece soluciones para mejorar la salud humana”



Por qué esta es una Buena Práctica:

Las personas necesitan un sistema inmunológico bien desarrollado para protegerse contra las infecciones y las células cancerosas malignas, pero debido al envejecimiento y otros factores, el rendimiento y la funcionalidad del sistema inmunológico pueden disminuir. Para restaurar estas funciones, reprogramar el sistema inmunológico, estimular y destruir las células cancerosas, UAB Biocentras ha desarrollado un nuevo compuesto terapéutico de beta-glucano llamado Fortuna, que mejora el sistema inmunológico humano y promueve la degradación de las células cancerosas. Lo han hecho posible utilizando la ciencia y la innovación.

Acerca de:

El debilitamiento del sistema inmunológico es bastante común entre las personas mayores y esto puede conducir a diversas enfermedades y dolencias. El complemento alimenticio Fortuna se utiliza para restaurar y estimular el sistema inmunológico y destruir las células cancerosas. Está hecho de Beta-glucano que se degrada por hidrólisis enzimática específica a elementos estructurales solubles de diferentes pesos moleculares. Está clínicamente probado que el complemento alimenticio Fortuna, cuando se usa correctamente, tiene los siguientes efectos:

Promueve la actividad funcional del sistema inmunológico; son citotóxicos para las células malignas y pueden suprimir la enzima telomerasa, que restaura el telómero y participa en el proceso de proliferación de células malignas.

Este suplemento se puede utilizar como adyuvante para promover el desarrollo de una inmunidad adquirida más eficaz contra los antígenos diana. FORTUNA, como suplemento dietético, se puede utilizar para ayudar al cuerpo a fortalecer el sistema inmunológico e inhibir la forma activa de la enzima telomerasa.

Retos:

El precio del producto es alto y no todas las personas mayores pueden pagarlo. Además, este complemento alimenticio solo está disponible en el sitio web de la empresa. Se requieren análisis de sangre periódicamente, y su uso solo es posible bajo la estricta supervisión de un consultor médico.

Éxito y transferibilidad:

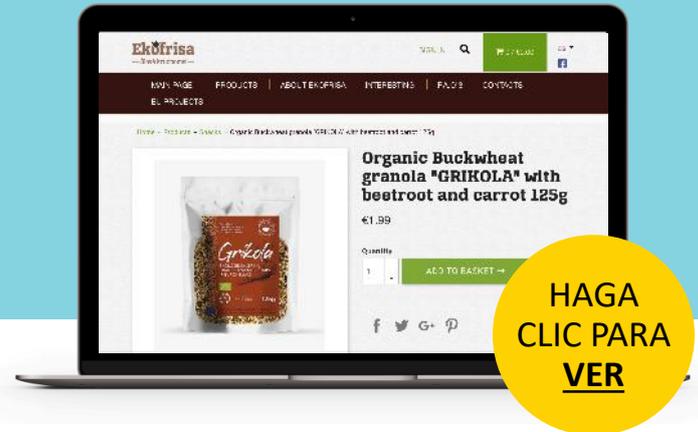
Una de las pruebas del éxito es que la empresa, junto con el Centro de Medicina Innovadora, ganó el concurso “Business and Science Partnership 2015” por la cooperación en el campo de la investigación. Los principales logros y resultados de la investigación se presentan en publicaciones en revistas científicas y están patentados en la UE y EE. UU.

Este complemento alimenticio se desarrolla a través de una estrecha colaboración con instituciones científicas, por lo que la participación en proyectos internacionales de ciencia y negocios podría permitir crear nuevas formas de dicho complemento.

Producto: Un Snack Saludable para personas mayores

Región: Kaunas/Municipalidad de Prienai, Lituania

“ *un snack saludable, elaborado junto con las personas mayores para satisfacer mejor sus necesidades gustativas y nutricionales* ”



Por qué esta es una Buena Práctica:

"Grikola", una barrita de trigo sarraceno orgánico con remolacha y zanahoria añadidos es uno de los primeros productos especiales desarrollados por un importante fabricante de cereales en los países bálticos UAB "Ekofrisa". El producto fue desarrollado teniendo en cuenta las necesidades y problemas del mercado senior y conectándose con este mercado directamente. Se ha prestado mucha atención al valor nutricional, la fibra, las vitaminas, y los desarrolladores han buscado que los productos sean fáciles de masticar y que su textura sea suave en la boca.

Acerca de:

El producto se desarrolló durante un proyecto en el marco de un programa de la iniciativa EIT Food en 2019. El objetivo era conectar a clientes y empresas, start-ups, investigadores y estudiantes de toda Europa y, al mismo tiempo, transformar el ecosistema nutricional. Investigadores del Instituto de Alimentos de la Universidad Tecnológica de Kaunas (Lituania) junto con un grupo de personas mayores han desarrollado diversos conceptos de alimentos que pueden adaptarse a la dieta de las personas mayores y enfocados no solo a su nutrición, sino también en su comodidad.

La nueva barrita consiste en trigo sarraceno, pasta de dátiles, jarabe de arroz, zanahorias secas, remolacha seca y grosellas negras secas. Es un producto orgánico que está libre de alérgenos y se recomienda consumirlo con leche, yogur, zumo o espolvorear sobre su postre favorito o fruta fresca. Ya está disponible en una de las tiendas de comestibles más grandes de Lituania.

Retos:

Relativamente pocos productores de alimentos y bebidas se han dirigido activamente al público de edad avanzada, lo que significa que este segmento de la población representa tanto un desafío como una

oportunidad para los fabricantes de alimentos y bebidas. Muchos fabricantes todavía no ven a las personas mayores como un grupo objetivo. Al desarrollar un nuevo producto, es muy importante involucrar al grupo objetivo en el proceso de creación. Proporciona una valiosa retroalimentación sobre las características de los productos y facilita su aceptación e introducción en el mercado.

Éxito y transferibilidad:

Ekofrisa, como miembro del proyecto en el Programa de Iniciativa Alimentaria, desarrolló una tecnología de procesamiento de gravilla única que permite a la empresa alcanzar altos estándares de calidad. Durante el proyecto, las personas mayores trabajaron con profesionales para desarrollar alimentos personalizados que promuevan un estilo de vida saludable. Los investigadores aseguran que los productos personalizados basados en una dieta sana y sostenible, contribuyen no solo a la mejora de la calidad de vida y salud de las personas mayores, sino también a la reducción de costes. El uso adecuado de la nutrición se considera una base para el bienestar de las personas mayores. Los alimentos personalizados que satisfacen las necesidades de este grupo objetivo, al prolongar la salud y mejorar el bienestar, son cada vez más relevantes. Los nuevos productos contienen más vitaminas e ingredientes y también satisfacen las necesidades sensoriales.

Durante el proyecto se propusieron un total de 15 nuevos conceptos alimentarios. Debido a que las personas mayores estuvieron involucradas en el desarrollo del producto, se consiguió un análisis más detallado de muchas características que se tomaron en su conjunto. El objetivo era desarrollar productos que no solo fueran fáciles de masticar y tuvieran una textura suave, sino que también ofrecieran buenos sabores e ingredientes funcionales (por ejemplo, frutas y verduras)

Producto: Ooho, Skipping Rocks Lab & Jelly Drops Ltd

Región: Essex y Londres, Reino Unido



“ Es hora de comer
agua en lugar de
beberla ”



Por qué esta es una Buena Práctica:

Skipping Rocks Lab., las bolas de agua comestibles (pequeñas esferas transparentes que se llenan de agua) llamadas "Ooho" y las "gotas de gelatina" de Pattinson son productos cómodos, seguros, sabrosos y ambientalmente sostenibles para las personas mayores. El concepto utiliza fuentes de alimentos sostenibles (por ejemplo, extracto de algas marinas) para desarrollar para las bolas de agua o gotas con sabor a fruta capas de hidrogel suave comestible. Este desarrollo no solo aborda el problema de la deshidratación en las personas mayores, especialmente en las personas con demencia, sino que también actúa como una solución al problema actual de los residuos de envases de plástico.

Acerca de:

La inspiración innovadora de Skipping Rocks llevó al uso de una técnica conocida como "esferificación", para introducir agua en una esfera. El extracto de algas y el cloruro de calcio forman una estructura similar a un gel que actúa como una membrana elástica y retiene el agua en su interior. Para protegerlo, la empresa ha utilizado una segunda membrana que funciona como recipiente higiénico. Esto solo tiene que ser eliminado y la esfera restante es 100% comestible. Se puede meter en la boca o morder con cuidado para beber el líquido que contiene. Por esta razón, también se los considera extremadamente adecuados para corredores de maratón y otros atletas extremos. Jelly-drops utiliza una técnica similar, excepto que con envases alternativos para que se puedan presentar como un regalo.

Éxito:

En 2019, las bolas de agua comestibles Ooho se utilizaron y promocionaron con éxito en la Maratón de Londres y, al hacerlo, eliminaron el típico mar de desechos plásticos de un solo uso en el evento. Los productos ahora se han financiado y lanzado con éxito. Skipping Rocks Lab es parte del programa de aceleración de start-ups de Climate KIC, (EIT) y del equipo científico del Imperial College.

Skipping Rocks Lab ya tiene varios premios, el Lexus Design Award 2014, el World Technology Award 2014 celebrado en asociación con Fortune y TIME, el SEA Award 2015 y el UK Energy Globe Award 2016.

Las Gotas de Gelatina (Jelly Drops) también han ayudado a muchas personas mayores que luchan contra la deshidratación, siendo vendidos estos adorables productos "como regalo". Hasta la fecha, Jelly Drops ha recibido más de 15 premios en diseño, innovación e impacto social. Como empresa joven, estos concursos han aportado conexiones, recursos y formación que han sido vitales para hacer realidad Jelly Drops. Han estado estableciendo asociaciones con éxito con las redes sociales como Ted, Skynews, Youtube, etc., y con la Alzheimer's Society y la Royal Academy Engineering

Retos:

Las pérdidas del gusto y el olfato se producen con el envejecimiento, por lo que la pérdida de la percepción del gusto en las personas mayores puede resultar en una reducción del consumo de alimentos, lo que influye negativamente en el estado nutricional de las personas mayores. Desarrollar productos como estos, con compensación de sabor, podría ser una opción para combatir este problema. Puede ser un desafío para otras PYME el replicarla, pero esta innovación/buena práctica tiene un gran potencial para aplicarse en otras regiones del mundo. Es técnicamente menos complejo que otras nuevas tecnologías y el costo de desarrollo y experimentación sería relativamente bajo debido a los ingredientes de bajo costo. Tendría un gran impacto (amantes del deporte/deportistas y personas mayores). Existe un gran potencial por su comodidad, sus implicaciones en salud y el enfoque sostenible.

Para superar los desafíos, la asociación estratégica con universidades permite un mejor acceso al conocimiento, la experiencia y la capacidad, lo que facilita el desarrollo y la validación de nuevos productos alimenticios. La pandemia de COVID puede limitar la velocidad para aplicarse en la práctica.

Producto: AINIA- ALTEX, Microencapsulación

Región: Valencia, España

“ La extracción con CO₂ supercrítico es segura, rentable y una alternativa respetuosa con el medio ambiente ”



Por qué esta es una Buena Práctica:

AINIA ha desarrollado un sistema de microencapsulación que reúne nutrientes y vitaminas en una cápsula fácil de consumir. Esto a través de un método innovador que utiliza dióxido de carbono (CO₂). La extracción de CO₂ a altas presiones es más rentable, natural y ambientalmente sostenible que las técnicas tradicionales que emplean solventes agresivos y afectan las propiedades de los ingredientes extraídos, ya sea en posteriores etapas de refinado o por el hecho de que logran menores rendimientos. Este proceso ofrece una forma rentable y alternativa de obtener ingredientes de alta calidad mientras se eliminan desechos o impurezas. Tiene como objetivo ayudar a las personas mayores que tienen dificultades para consumir cantidades adecuadas de nutrientes y vitaminas debido a una enfermedad o disfagia.

Acerca de:

Altex es la planta industrial de CO₂ de alta presión de AINIA. Se trata de una instalación polivalente y multi producto, especializada en la puesta en marcha de producciones de fabricación a demanda, con el objetivo de dar acceso a extracciones avanzadas, depuraciones y tratamientos de materiales específicos a empresas alimentarias, farmacéuticas y cosméticas. Esta planta de 4.000L de capacidad trabaja con CO₂ en condiciones subcríticas y supercríticas y sigue Buenas Prácticas de Fabricación.

Altex tiene varias aplicaciones de interés para el campo farmacéutico, así como para empresas de complementos nutricionales:

- Extracción selectiva y natural de compuestos activos de fuentes naturales
- Cromatografía supercrítica para la separación selectiva de moléculas para purificación
- Eliminación de trazas de sustancias no deseadas presentes en el producto: p. ej., monómeros, disolventes, aromas
- Reducción de la contaminación microbiológica, degradación térmica u oxidación del producto
- Fabricación de micropartículas para la protección del

principio activo con diferentes finalidades: liberación prolongada, resistencia a las afecciones gástricas, dosificación mejorada, dispersabilidad, enmascaramiento de aromas.

Cada una de estas aplicaciones implica desarrollos y experiencia desde el concepto de viabilidad a nivel de laboratorio, hasta su escalado a tamaño de mercado.

Retos y transferibilidad:

El proceso puede ser costoso y la práctica de la microencapsulación requeriría una cierta cantidad de recursos. Los fabricantes de productos dietéticos, nutracéuticos, complementos alimenticios y productos alimenticios en general deben proporcionar soluciones seguras y asequibles en línea con estas tendencias. La extracción de CO₂ es un proceso alternativo natural y rentable que podría utilizarse.

La salud y la nutrición son dos palancas importantes de crecimiento en las industrias alimentaria y afines. La microencapsulación tiene el potencial de resolver ciertos problemas relacionados con el desarrollo de alimentos. Puede ayudar a prevenir y combatir enfermedades como la disfagia o la desnutrición, y puede conducir a un nuevo espectro de productos alimenticios inteligentes.

Éxito:

AINIA lleva más de 20 años profundizando en el conocimiento y transferencia de esta tecnología. Como ejemplo de desarrollos de interés para este sector, en 2018 se obtuvieron partículas de naproxeno microencapsuladas en el marco del proyecto AMICES II apoyado por IVACE para el desarrollo de procesos avanzados de encapsulación.

[Planta extractiva Altex de ainia - YouTube](#)

Producto: HealthCare - Campofrío

Región: Andalucía, España

“Queremos ayudar a los pacientes a comer con ilusión y ganas de poder mantener sus actividades y calidad de vida”



HAGA CLIC PARA VER

Por qué esta es una Buena Práctica:

El aspecto innovador se encuentra en la textura y el sabor del producto. Campofrío se ha asegurado de que estos productos se adapten a las necesidades de las personas mayores, con texturas adecuadas, sabores sobresalientes y un aspecto apetitoso también. Campofrío - Health Care es una nueva línea de alimentación completamente variada y equilibrada, basada en la dieta mediterránea. Está especialmente diseñada para mantener, mejorar y tratar el estado nutricional de las personas que presentan problemas de masticación y/o deglución, manteniendo texturas homogéneas, con sabores y aromas deseables. El transporte, el almacenamiento y la preparación son fáciles y cómodos. Son fáciles de calentar y servir, por lo que pueden ser preparados y servidos por profesionales o en casa con unas instrucciones mínimas.

Acerca de:

El Grupo Alimentario Campofrío en su línea de expansión, apuesta fuertemente por el sector hospitalario y geriátrico, desarrollando productos y formatos específicos para este mercado. Líder indiscutible en el mercado español de procesados cárnicos desde hace más de 50 años, pone su experiencia en alimentación a disposición del sector de la salud, con nuevos desarrollos e investigación en nuevos productos e ingredientes.

Health Care es una línea de venta al por menor lanzada por Campofrío, con la intención de satisfacer las necesidades de sus clientes mayores. Esta gama de productos ofrece aguas gelificadas, postres de frutas, frutas trituradas y desayunos fortificados para personas mayores que padecen disfagia. Los ingredientes con los que están elaborados, y los procesos de producción utilizados, son de la más alta calidad y cumplen con los más estrictos estándares de higiene. El objetivo es que estos productos lleguen al consumidor con todo el contenido nutricional de sus ingredientes de origen y le den un aire casero, pero sin el tiempo y esfuerzo que se requeriría.

Campofrío se esfuerza por mantener los sabores, aromas y colores tradicionales de la "Dieta Mediterránea". Las texturas facilitan la deglución y por tanto la digestibilidad y se pueden variar según las necesidades de cada persona.

Éxito:

Campofrío Health Care es parte básica de una dieta sana y completa. Para una persona con problemas de alimentación debido a trastornos de la masticación y la deglución, proporciona, no solo las calorías y proteínas necesarias, sino todos los demás principios, incluidos el agua, la fibra, los minerales y las vitaminas necesarios para lograr y mantener un estado nutricional correcto. Están formulados sin alérgenos, cumplen con los pasos de la Pirámide Alimenticia, logran una correcta ingesta dietética, controlan la ingesta de azúcar y sal, aportan vitaminas y minerales, fibra y agua que promueven el mantenimiento de un adecuado estado de hidratación.

El Grupo Campofrío controla los procesos y productos a lo largo de la cadena productiva. Para ello, califica y monitorea a los proveedores de materiales auxiliares y desarrolla sistemas de trazabilidad total, que incluye desde el origen de la materia prima hasta la distribución y entrega al cliente.

Campofrío cuenta con varias certificaciones de calidad:

- Certificación en gestión medioambiental (ISO 14001) desde 2002
- IFS International Food Standards
- BRC Global Food Standards

Su sitio web también está muy bien diseñado con una gran cantidad de información sobre diversos trastornos o afecciones alimentarias, información sobre sus investigaciones y desarrollo e ideas de recetas que ofrecen un gran potencial para aprender, ya sea en la industria alimentaria, en la atención médica o en el cuidado de personas.



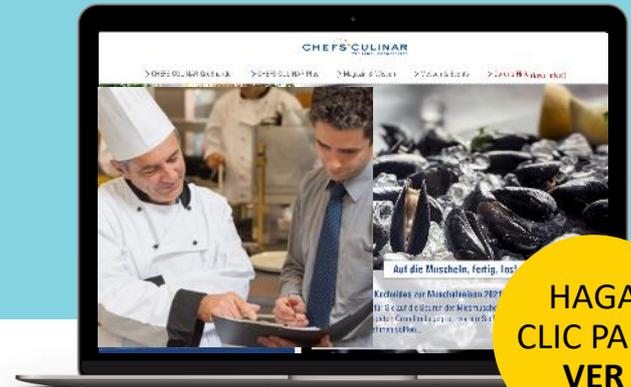
Aquellos que ofrecen servicios
únicos o útiles al mercado de
personas mayores

- 10 Chefs Culinar Academy
- 11 Kochen für Senioren
- 12 Senes – Apoyo a profesionales del Cuidado de la Salud
- 13 Northern Lincolnshire & Goole NHS Foundation Trust Nursing
- 14 Coviran cadena de Supermercados

Servicio: Apoyo completo en servicios y formación al Sector Alimentario

Región: Alemania, ámbito nacional

“ *Servicio integral para ti
Colaboración verdadera,
moldeada por la confianza* ”



Por qué esta es una Buena Práctica:

La Chefs Culinar Academy está involucrada en cursos de consultoría, software y capacitación sobre temas alimentarios actuales. Estos cursos de capacitación tienen como objetivo abordar y prevenir problemas relacionados con la dieta en la comunidad de personas mayores. Sus ferias comerciales "in situ" brindan un espacio para el intercambio de ideas con proveedores y expertos sobre noticias, tendencias y experiencias. También muestran una amplia gama de artículos alimenticios y no alimenticios, ofreciendo un programa de apoyo único que permite a la industria alimentaria mantenerse al día con las necesidades de los adultos mayores y las mejores prácticas en términos de productos y logística.

Acerca de:

Chefs Culinar quiere contribuir al éxito de sus clientes del ámbito de la restauración, la hostelería, el catering de empresas y el social, facilitando el día a día de este sector. Para ello, no solo actúan como un mayorista de alimentos puros con una gama completa de productos alimenticios y no alimenticios (suministran 25.000 artículos para el sector aprox.), sino que también se ven a sí mismos como un proveedor de servicios. Ofrecen un servicio completo en cuanto a consultoría profesional, formación, seminarios y soluciones informáticas inteligentes. Facilitan las cosas para el sector al suministrar todo de un solo proveedor. Con 8 sucursales y 23 bases, por un lado son grandes en toda Alemania, pero también siguen siendo regionales, por lo que siempre están cerca. A cada cliente se le asigna un asesor de ventas personal con el que trabajar para que juntos puedan obtener el mejor paquete para clientes de cada sector.

CHEFS CULINAR también ofrece tecnología de almacenamiento de última generación y desarrollo de conocimientos y está involucrado en la implementación de sistemas para la planificación, organización y gestión de empresas alimentarias (como la planificación de su cocina industrial).

Éxito:

La participación activa de las personas interesadas en los cursos de formación ofrecidos por Chef Culinar es prueba de su éxito. Más de 1.000 empresas se han beneficiado de su tecnología en cocinas comerciales, soluciones de cocina y mobiliario y servicios de catering.

Chef Culinar fue elegido ganador del estudio de imagen de AHGZ "Mejor nota 2017/2018" en el grupo de productos "Proveedores".

Retos y Transferibilidad:

La formación en los requisitos nutricionales de las personas mayores es fundamental porque a medida que avanza la edad, el apetito cambia o disminuye. Por lo tanto, es necesario impartir los conocimientos adecuados a quienes trabajan en el sector de la alimentación y la restauración para garantizar que las personas mayores reciban una dieta equilibrada. Chefs Culinar ha descubierto que el problema frecuente entre los adultos mayores no suele ser el sobrepeso sino el bajo peso. Las personas pierden peso porque ya no pueden masticar y tragar correctamente o porque no pueden cocinar por sí mismas. Debido a la cantidad inadecuada de alimentos consumidos, el cuerpo carece de nutrientes suficientes para funcionar. La falta de nutrientes puede debilitar el sistema inmunológico y provocar infecciones y enfermedades más frecuentes.

La formación avanzada en "Nutrición en el catering para personas mayores" requiere un know-how en diversos temas que esta empresa tiene, y lo ha venido transfiriendo de forma eficaz. Tienen un gran potencial, al generar una base de datos de clientes y las ferias brindan una oportunidad para que las empresas presenten sus mejores productos, intercambien ideas y reciban información actualizada sobre los productos y las últimas tendencias en la industria alimentaria (como alérgenos, ingredientes o aditivos relevantes para las necesidades de las personas mayores). Además, la incorporación de la tecnología permite un mejor uso de la información y una gestión más eficiente.

Servicio: Seminarios de Cocina y Talleres y Libros para Personas Mayores

Región: Riedstadt, Alemania

“queremos demostrar que las personas mayores pueden y deben ... comer juntos como una experiencia culinaria y un placer emocional”



HAGA CLIC PARA VER

Por qué esta es una Buena Práctica:

Kochen für Senioren o Cocinar para Personas Mayores es una iniciativa que ofrece seminarios y talleres regularmente sobre los cambios físicos comunes entre las personas mayores, como la demencia, la masticación, los trastornos de la deglución y la desnutrición. Las discusiones y talleres muestran cómo se puede integrar a las personas mayores utilizando formatos entretenidos. No se trata de presentar soluciones fáciles de conseguir, sino de desarrollar conjuntamente ideas en un intercambio conjunto con las personas mayores. Introducción de conceptos testados y talleres donde los adultos pueden cocinar juntos, reír juntos y hablar juntos y, en general, aumentar su confianza y bienestar.

Acerca de :

Los talleres pretenden dar a las personas mayores asistencia en:

- Percepción sensorial: saber qué cambios esperar en la vejez.
- Desafíos al intentar conectarse con diversas situaciones clínicas.
- Higiene alimentaria, prácticas de seguridad ocupacional y barreras al cocinar con personas mayores.

Los talleres consisten en grupos de 12 a 15 personas mayores que trabajan/viven juntas en cuatro grupos. Ofrecen a las personas mayores la oportunidad de determinar su rutina diaria y participar activamente en la vida cotidiana a través de la cocina.

Éxito:

Los talleres y el catering aseguran que tanto las personas mayores como los cuidadores se tomen el tiempo de prestar especial atención a los cambios de sus cuerpos durante el envejecimiento. Ejercicios tales como descripciones generales de la dieta adecuada para personas mayores, cambios clínicos y oportunidades de adaptación en escuelas e instituciones e instalaciones para personas mayores. Además de la promoción del

conocimiento nutricional, también alienta a las personas mayores a vivir juntas de la manera más independiente posible.

También se organizó un concurso, el verano pasado, en el que más de 50 centros para personas mayores de toda Alemania presentaron sus conceptos de catering como parte del concurso Trans-gourmet “Del factor coste al factor felicidad”. Eventos como estos promueven y fomentan la aceptación de las personas mayores en términos de su interés y participación y en relación con su mayor disposición a realizar cambios en su estilo de vida.

Retos y transferibilidad:

El potencial de aprendizaje y transferibilidad de los proyectos puede ser limitado, ya que en este caso se cobra una tarifa. También puede ser un desafío promoverlo, cuando los cambios en las rutinas diarias entre las personas mayores son frecuentes.

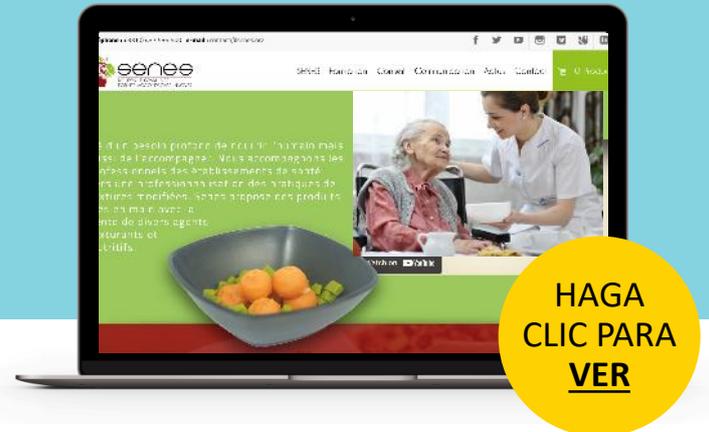
Hoy en día, el servicio de comida en centros para personas mayores se considera principalmente un factor de costo. "Cocina para personas mayores" quiere cambiar eso. Con conceptos de disfrute innovadores y prácticos, las cocinas se pueden convertir en fábricas de creación de imagen y crear disfrute emocional y social al mismo tiempo. Cocinar con personas mayores contribuye a comprender sus necesidades y preferencias dietéticas reales, que es la base de la innovación.

Además, cocinar en grupo aumenta la motivación y sensibiliza a las personas mayores para que se cuiden mejor a sí mismas y a las y los demás. Esta actividad social también incentiva a las personas mayores a ser parte de las comunidades y las empodera para ser autónomas y seguir una dieta saludable. Finalmente, esta actividad genera nuevas ideas y conceptos que permiten a todas las partes interesadas desarrollar un mejor conocimiento y competencia de la restauración para personas mayores.

Servicio: Senes – Apoyo para profesionales del Cuidado de la Salud

Región: Lión, Francia

“*Senes apoya a los profesionales para conciliar el placer de la nutrición y la restauración*”



Por qué esta es una Buena Práctica:

Senes es una empresa que tiene como objetivo ayudar a los y las profesionales de la salud a abordar la desnutrición entre las personas mayores. Lo hacen a través de capacitación, asesoramiento y soluciones de comunicación. Esta empresa aborda la desnutrición en las personas mayores (particularmente en las instituciones geriátricas) apoyando a profesionales de la salud y empresas alimentarias en la modificación de las texturas y el desarrollo de productos alimentarios innovadores con "alta densidad micro-nutricional". El resultado es un personal sanitario más informado y, a su vez, personas mayores más felices y saludables a su cargo.

Acerca de:

Nacido de una profunda necesidad de alimentar a las personas pero también de apoyarlas. Esta empresa francesa ofrece experiencia y formación personalizada a profesionales de la salud y clientes de la industria alimentaria sobre habilidades culinarias que abordan las necesidades nutricionales y de catering de alto nivel. Senes ofrece productos llave en mano con la venta de diversos texturizantes y nutrientes. Las capacitaciones incluyen producción de platos de textura modificada, elaboración de planes de alimentación, ingeniería de alimentos y nuevas técnicas de cocción.

Además, proporciona conocimientos y asesoramiento sobre el desarrollo de nuevos productos alimenticios. También ayudan a los clientes a mantenerse al día con las nuevas tendencias alimentarias, adaptar los productos a las necesidades específicas de las personas mayores y crear videos para una comunicación eficaz.

Éxito:

La empresa cuenta con más de 30 socios de universidades, institutos de investigación, asociaciones, empresas y fabricantes de la industria alimentaria.

Participa en dos programas de investigación y desarrollo sobre la nutrición de personas mayores y otros programas.

La compañía ha estado trabajando en más de 250 proyectos en el sector de la salud para ofrecer a los clientes experiencia nutricional, técnica, tecnológica, culinaria y conocimiento sobre nuevas tecnologías para el sector de la alimentación. También ofrecen noticias sobre el desarrollo reciente de la innovación alimentaria relacionada con la nutrición y la salud de las personas mayores en general.

Retos y transferibilidad:

La prevalencia de la desnutrición es alta en las instituciones geriátricas, donde más del 70-80% de los residentes tienen un riesgo de desnutrición entre moderado y severo. En el 30-61% de ellos se diagnostica desnutrición proteico-energética. Esto genera una pérdida de masa muscular que conduce a una pérdida de autonomía en las personas mayores.

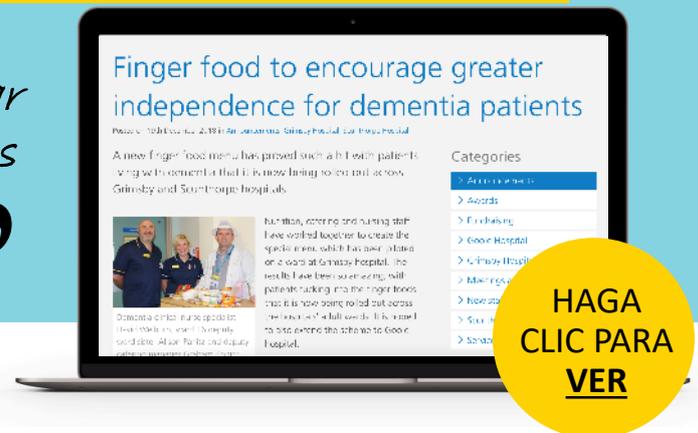
Para hacer frente a una población que envejece cada vez más, se requieren servicios que respalden las necesidades de nuestra comunidad de personas mayores.

Senes tiene como objetivo combinar la restauración, el placer y la salud para todas las personas mayores, sea cual sea la textura. Mientras cubre las necesidades nutricionales, permita que las personas mayores envejecen bien y prevenga la desnutrición y la obesidad. Al asociarse activamente con diversas instituciones en los sectores de la salud y la alimentación, Senes obtiene conocimientos de vanguardia sobre la innovación alimentaria para personas mayores que luego transmite. El equipo multidisciplinario formado por nutricionistas, expertos en salud, ingenieros alimentarios y expertos audiovisuales ofrece una variedad de conocimientos en nutrición e innovación alimentaria. Tener un departamento de I + D interno ofrece posibilidades para el desarrollo.

Servicio: Diseño de comidas para picar y planificación de menús para personas con demencia

Región: Northern Lincolnshire, Reino Unido

“Comida para picar para fomentar una mayor independencia de los pacientes con demencia”



Por qué esta es una Buena Práctica

El personal de nutrición y catering de Northern Lincolnshire y Goole NHS Foundation Trust Nursing, han trabajado juntos para crear un menú de comida para picar basado en imágenes para ayudar a los pacientes a comer a su propio ritmo sin la presión de tener que usar un cuchillo y tenedor y, por lo tanto, fomentar la independencia y bienestar de las personas mayores. La Comida para Picar puede ser particularmente útil para las personas que se olvidan de comer o encuentran difícil la coordinación, como aquellos con demencia o después de un accidente cerebrovascular.

Acerca de:

La iniciativa de Comida para Picar se puso a prueba en el hospital de Grimsby, Reino Unido, y ahora se está implementando en tres hospitales regionales. El personal que ha testado el menú ha dicho que ayuda a los pacientes a tomar decisiones y les permite disfrutar de la comida cada poco y con frecuencia.

La Comida para Picar puede ser:

- Servido en la mesa en lugar de ser una comida emplatada.
- Ofrecida como aperitivo entre las comidas.
- Dejada en diferentes lugares para cogerla y comer a lo largo del día.

El menú incluye alimentos como arroz con leche, galletas, pizza, queso y galletas saladas, sándwiches, rollitos de primavera, palitos de pescado, pasteles y frutas que son de fácil picoteo.

Éxito:

Al presentar este nuevo menú, los pacientes de edad avanzada no tienen que usar cubiertos, ya que algunos pueden haber perdido la capacidad de hacerlo debido a la progresión de su enfermedad o al envejecimiento. Brinda a los pacientes de edad avanzada a quienes les gusta comer poco y a menudo la opción de picotear, pero cumpliendo con sus necesidades nutricionales.

Mediante el uso de menús con imágenes, la comida para picar se selecciona fácilmente, lo que brinda a las personas mayores una mayor autonomía. Este servicio puede ser proporcionado por catering interno o por medio de empresas de alimentación (por ejemplo, Finger Food Co.) que se dirigen principalmente a personas mayores.

El personal de nutrición, catering y enfermería ha trabajado conjuntamente para crear un menú especial que, después de la prueba piloto inicial, se ha implementado en varios hospitales. Los resultados han sido asombrosos, con pacientes, incluidas personas mayores, dispuestos y dispuestas a comer la Comida para Picar.

Retos y transferibilidad:

Puede ser un desafío para las PYMEs, ya que relativamente pocos productos alimenticios y bebidas se han dirigido activamente a la clientela de edad avanzada, lo que significa que este segmento de la población representa tanto un desafío como una oportunidad para los fabricantes de alimentos y bebidas. Muchos fabricantes todavía no ven a las personas mayores como un grupo objetivo.

Este partenariatio entre hospitales, nutricionistas, organizaciones y servicios de alimentación, a su vez, brinda oportunidades para las empresas de alimentación y bebidas, y este modelo podría aplicarse en muchos países/regiones, lo que se espera beneficie a más agentes y sociedades.

El concepto de Comida para Picar para ayudar a las personas mayores y a personas mayores con demencia se ha implementado en la última década y ha ayudado a muchas personas mayores y pacientes en lo que se refiere a una alimentación saludable. Desde 2011, la guía práctica para ayudar a las personas mayores con demencia se está publicando en el Reino Unido, haga clic aquí para obtener más información [Finger foods practical guide](#):

Servicio: COVIRAN, servicios de personalización de supermercados para personas mayores

Región: Granada, Andalucía, España.

“Nuestro objetivo es ofrecer servicios de alta calidad... mejorando la calidad de vida de quienes nos eligen a diario”



Por qué esta es una Buena Práctica:

La cadena de Supermercados Covirán, emprendió un cambio en su modelo de negocio, que ofrece varias oportunidades rentables y sostenibles a la industria de los supermercados, a la vez que genera un ambiente de compra positivo e integrado para las personas mayores. Covirán realizó varias adaptaciones destacables en sus puntos de venta con el fin de satisfacer las necesidades de un cliente con diferentes capacidades: personas consumidoras con discapacidad, así como personas mayores o personas con limitaciones temporales. Este modelo alternativo de servicios que se presta a clientes adultos mayores, ofrece una buena experiencia de compra que permite aprovechar al máximo su tiempo en el supermercado.

Acerca de:

Covirán es una cadena de supermercados presente en España y Portugal que ha adaptado y mejorado sus servicios para satisfacer las necesidades de sus mejores clientes, los adultos mayores. A través de sencillas adaptaciones en sus instalaciones, Covirán permite a sus clientes mayores aprovechar al máximo su experiencia de compra. Por ejemplo, extendiendo el tiempo de apertura y cierre, colocando los elevadores de la cesta de la compra junto a las cajas registradoras e introduciendo un bucle magnético para mejorar la señal auditiva de los usuarios con audífonos o implantes cocleares. Además, ahora ofrecen espacios para sentarse y descansar si lo necesitan durante el período de compras. También cuenta con el servicio de compras "Assist", para todas aquellas personas con necesidades especiales que necesiten ayuda durante el proceso de compra.

Éxito:

Covirán está comprometido con la accesibilidad, y las adaptaciones que hicieron a su modelo de negocio y tiendas han tenido un impacto significativo en la experiencia de compra de las personas mayores. Este método se viene implementando desde 2013. Covirán es el primer supermercado de España en obtener el certificado de Accesibilidad Universal de AENOR, prueba de su dedicación para ofrecer un servicio excelente y constante a todos sus clientes. Estas medidas se han instalado hasta el momento en 27 establecimientos tanto de España como de Portugal.

Retos y transferibilidad:

Este modelo de supermercado puede no ser adecuado para cualquier tipo de modelo de negocio, por lo que debe implementarse en áreas específicas donde los principales clientes son personas mayores.

Adaptar las comodidades de un supermercado de manera sencilla para ayudar a un sector importante y en crecimiento de la población no debería ser un problema para ninguna empresa. Sin embargo, no solo no es una práctica común sino que además, las empresas parecen reacias a implementar este modelo de negocio. El costo es simbólico, teniendo en cuenta los ingresos potenciales que se pueden producir. Adaptar un supermercado a las necesidades de las personas mayores es una práctica bastante fácil de implantar para la mayoría de empresas.





Donde un producto y un servicio se combinan pero apuntan a aliviar problemas o desafíos que el mercado senior experimenta

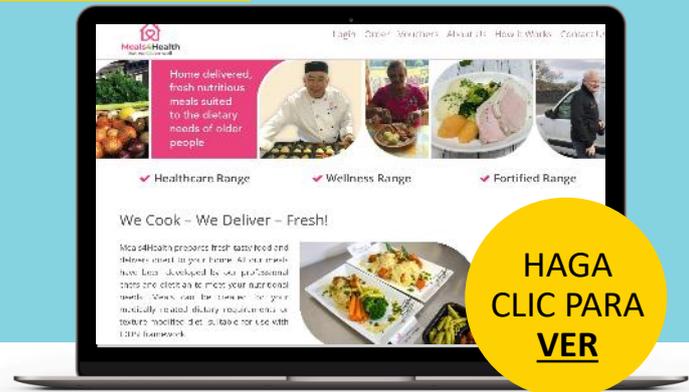
- 15 Meals4Health
- 16 Bia-at-home
- 17 Biozoon, Smoothfood & 3D Printing
- 18 Comida de la Casa de Campo - (Land-Haus Küche)
- 19 Fit im Alter
- 20 Wiltshire Farm Foods Company

Producto y Servicio: Meals4Health – Reparto de comida

Region: Galway, Irlanda



“ Se trata de alimentar a nuestras personas mayores. Potenciando su independencia ... nuestra misión es hacer posible que las personas mayores Coman bien, Vivan bien, Envejecan bien ”



Por qué es esta una Buena Práctica:

[Meals4Health](#) ofrece entrega a domicilio de comidas frescas y nutritivas, adecuadas a las necesidades dietéticas de las personas mayores. Todas las comidas se cocinan frescas en su cocina profesional en Galway y se pueden entregar en todo el país a quienes requieran el servicio en casa. Meals4health está eliminando la necesidad de comprar y cocinar de aquellos que se enfrentan a esta tarea y, por lo tanto, está previniendo la desnutrición potencial u otras afecciones relacionadas con la dieta. También permiten que las personas mayores sigan viviendo en sus propios hogares de manera independiente o semiindependiente y están proporcionando una conexión social para que las personas mayores miren hacia el futuro cada día.

Acerca de :

Su misión es ayudar a las personas mayores, "a comer bien, vivir bien y envejecer bien" dentro de su propia comunidad durante el mayor tiempo posible, evitando así la necesidad de atención médica adicional o atención residencial a largo plazo. Meals4Health prepara alimentos frescos y sabrosos y los entrega directamente a su hogar. Todas sus comidas han sido desarrolladas por sus chefs profesionales y dietistas para satisfacer las necesidades nutricionales y físicas de sus clientes. Las comidas se pueden crear adaptadas a requerimientos médico dietéticos o una dieta de textura modificada, adecuada para su uso con [IDDSI framework](#).

Éxito:

Meals4Health es una empresa social, lo que significa que su objetivo principal es crear un impacto social. Han tenido mucho éxito al ayudar a las personas a vivir de forma independiente/semi-independiente en el hogar y, al proporcionar comidas nutritivas de buena calidad, están apoyando su salud y bienestar en general. En términos de brindar un servicio innovador para la comunidad de personas mayores, Meals4Health es un caso de estudio ideal. No solo proporcionan comidas, sino que también tienen en cuenta otros aspectos del envejecimiento. Por ejemplo, la necesidad de alimentos enriquecidos es mayor para el mercado de personas mayores y la necesidad de comidas con textura modificada para aquellos que experimentan dificultades para tragar, p. ej., disfagia.

Al proporcionar un servicio de entrega directa a los hogares, permiten y apoyan la independencia y restablecen la dignidad y la seguridad. Apoyan un enfoque proactivo para la buena salud y el bienestar de las personas mayores, como una opción de estilo de vida. Meals4Health brinda apoyo nutricional a las personas que se recuperan de una enfermedad, una cirugía o a quienes las cuidan, que simplemente tienen dificultades para comprar y cocinar para sus seres queridos.

Retos y transferibilidad:

La comunidad/población de personas mayores está aumentando en toda Europa. La gente en general vive más tiempo. A medida que envejece, sus hábitos alimenticios cambian y sus receptores del gusto se alteran, lo que resulta en menos calorías ingeridas. Si no obtienen el sustento que necesitan en casa, necesitarán servicios de salud adicionales y posiblemente incluso atención a tiempo completo. Esto implica que nuestra economía, servicios de salud, servicios de atención y estilos de vida deben adaptarse a estos cambios.

Para hacer frente a una población que envejece cada vez más, se requieren servicios que respalden las necesidades de nuestra comunidad de personas mayores. Meals4Health es una de esas iniciativas. No solo están alimentando a la gente, sino que están apoyando la vida independiente, que es muy necesaria, especialmente en las zonas rurales de Irlanda. Este concepto tiene un gran potencial para ser replicado en otras regiones/países y puede verse como un método testado de futuro para reducir la carga sobre la economía. Meals4Health enfatiza la esencia de las buenas prácticas en todos los niveles y, al mismo tiempo, ayuda a hacer de Irlanda un gran lugar para envejecer. También son ejemplares en el uso de su sitio web...es fácil de navegar y muy informativo, pero para aquellos no familiarizados con su uso, brindan atención al cliente por teléfono.

La generación senior actual es menos tecnofóbica, y muchos han adoptado el uso de las Tecnologías de la Información. Aquí también hay oportunidades potenciales en la manera de informar y vender al mercado senior.

Producto y Servicio: Bia-at-Home, Reparto de Comida

Region: Mayo, Ireland

“*Creemos, cocinamos, entregamos ... porque comodidad no debe significar compromiso*”



Por qué esta es una Buena Práctica:

Bia-at-Home se considera una buena práctica, ya que entregan productos nutritivos de calidad de cosecha propia en toda Irlanda directamente a los hogares. Bia es la palabra irlandesa para "comida"... Esta pequeña empresa recolecta a mano productos de temporada de su propio huerto, por lo que está repleta de sabores y cualidades naturales. Su enfoque les permite cocinar comidas equilibradas, nutritivas y deliciosas sin nada más que su propia mezcla de hierbas frescas y mucho cuidado y esmero por la calidad.

Las comidas se adaptan a todos los estilos de vida, pero son particularmente útiles para el mercado de personas mayores. Cada comida llega congelada en un recipiente biodegradable apto para horno. Todo lo que el comensal debe hacer es sacarlo del congelador y ponerlo en el horno durante el tiempo recomendado. No es necesario planificar, comprar, picar o cocinar, solo calentar y comer...lo que quieran...cuando lo quieran.

Acerca de:

Bia at Home tiene un extenso menú tipo restaurante que brinda una variedad y versatilidad excepcionales para aquellos que requieren comidas sabrosas y equilibradas en sus propios hogares.

Conservan sus alimentos utilizando un congelador ultra rápido que retiene los nutrientes y sabores de forma natural y evita todos los aditivos y conservantes artificiales. La dueña y chef Michelle es una apasionada de la comida y la cocina, llena cada olla con cuidado, atención y bondad. Entregan directamente desde su congelador al congelador de sus clientes, lo que garantiza que la comida viaje de manera segura y llegue a su destino en óptimas condiciones para que la disfruten en casa.

Éxito:

Bia-at-Home tiene en cuenta la dieta y la nutrición en todo lo que cocina y evita los aditivos o conservantes artificiales. Aunque su mercado objetivo no es solo la comunidad de personas mayores, este segmento del mercado se beneficia más sus servicios. Bia-at-Home permite que las personas mayores continúen con una vida independiente en sus propios hogares y, al proporcionar

comidas nutritivas y equilibradas, alimentan a esta comunidad, de modo que se mantenga su bienestar general. En consecuencia, habrá menos demanda de atención residencial a tiempo completo o de otros servicios de salud sobrecargados.

La empresa ha implementado varias soluciones sencillas que la acercan mucho a las personas mayores, como:

- Pedidos semanales (menos tiempo para pedidos online y por teléfono)
- Opciones personalizables para empaquetar el menú.
- Congelación (no hay aditivos artificiales y se desperdicia menos, se usa cuando se necesita)
- Envase para uso en horno (proceso de calentado fácil – no se transfieren productos)
- Se admiten modificaciones en el menu.

Retos y trasferibilidad:

Muchas personas mayores en Irlanda tienen dificultades para vivir de forma independiente, principalmente porque no pueden comprar y cocinar comidas nutritivas por sí mismas y eso deriva en problemas de salud o desnutrición. La vida independiente es muy necesaria en la Irlanda rural. Irlanda está envejeciendo rápidamente y nuestra economía, los servicios de salud y las propias familias deben adaptarse. Según el ESRI, se prevé que la demanda en el sector de cuidados de larga duración residencial, que cubre las residencias para personas mayores, aumente hasta en un 54%, “planteando desafíos para los proveedores, las autoridades reguladoras y el Tesoro Público para asegurar que se proporciona un estándar adecuado de atención y nivel de financiación para estas personas residentes vulnerables y con necesidades de atención intensiva”.

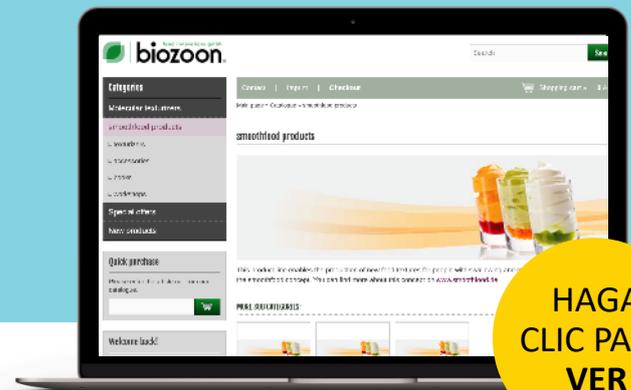
Bia-at-Home, a través de su servicio, está apoyando a la comunidad de personas mayores a vivir la vida independiente a la que se esfuerzan por aferrarse. La empresa también es ejemplar en el uso de su sitio web... es fácil de navegar y muy informativo y tiene opciones fáciles de seleccionar. Para las personas mayores que carecen de las habilidades en TI, brindan asistencia al cliente por teléfono. Su servicio de entrega es el eslabón final de la cadena. Eliminando la necesidad de que sus clientes vayan de compras o a recoger la comida.

Producto: Biozoon, Smoothfood & 3D printing

Región: Bremerhaven, Alemania

smoothfood

“El concepto de nutrición moderno para alimentos en puré y colados”



Por qué es esta una Buena Práctica:

La innovadora dieta Smoothfood ofrece estimulación basal a través de alimentos en espuma, puré y espesamiento de bebidas. Reducir o prevenir el riesgo de desnutrición, especialmente en el caso de personas con trastornos de la masticación y la deglución. Biozoon creó los moldes de silicona Smoothfood para mejorar la presentación de los alimentos con textura modificada. Esto asegura que sea lo más auténtico posible en forma, color, olor, sabor y composición con respecto al original. Esta práctica conduce a una mayor aceptación de los alimentos modificados entre la comunidad de personas mayores, especialmente aquellos con trastornos de la deglución, disfagia, demencia u otras enfermedades y, por lo tanto, reduce o elimina el riesgo de desnutrición u otras enfermedades.

[Biozoon Silikonformen für die pürierte Kost in Form](#)
[Pürierte Kost mit Gelea Cold](#)

Acerca de:

Biozoon actúa como proveedor especializado de productos alimenticios innovadores en Europa. Smoothfood fue desarrollado por los top chefs Markus Biedermann y Herbert Thill sobre la base de los modernos texturizadores de Biozoon. Desde estimulación basal para personas con la forma más severa de disfagia hasta alimentos en espuma y espesamiento de bebidas hasta alimentos en puré y colados en formas moldeadas. Una comida Smoothfood se basa en los ingredientes frescos que tienes en tu cocina. Estos ingredientes se hacen puré o se cuelean, y luego se modifican su estructura y textura. Gracias a los texturizadores Biozoon, estos alimentos se pueden producir fácilmente en formas moldeadas.

Además, Biozoon ha desarrollado una impresora 3D capaz de imprimir comidas dirigidas a personas que tienen dificultades para masticar. La impresora 3D utiliza un sistema de inyección para extruir varios Smoothfoods, que se pueden mezclar con un agente solidificante. Cada comida se puede adaptar con precisión a las necesidades individuales, tanto en términos de textura como de contenido de nutrientes.

Éxito:

El concepto de Smoothfood aborda la necesidad y el atractivo visual de la comida tradicional, por lo que crea una mayor aceptación de esta nueva forma de comida. Al ofrecer una gama idéntica de comidas del menú tradicional, la clientela recibe el mismo nivel de apreciación culinaria con el estándar Smoothfood. La empresa es líder del proyecto PERFORMANCE financiado por la Comisión Europea y ya ha lanzado al mercado cinco marcas: texturePro®, cocktailPro®, partyPro®, seneoPro® y myBiosportiv®. Las marcas se distribuyen en 18 países de todo el mundo y los especialistas conocen su gama. Smoothfood permite a todos los chefs y cuidadores familiares preparar alimentos frescos de forma rápida y sencilla que se adapten a las necesidades de la persona afectada.

Retos y transferibilidad:

El concepto requiere un especialista para preparar las comidas, por lo que preparar al personal capacitado adecuado puede ser un desafío, especialmente cuando se dirigen tanto a los hogares de personas mayores como a los cuidadores familiares. Biozoon ofrece talleres regularmente para ayudar con esto. El desafío logístico de las residencias de personas mayores más grandes limita la capacidad de personalización de los alimentos, y la variedad de comidas está limitada por la gama de moldes de silicona. Pero la tecnología está ahí para simplificar este desafío.

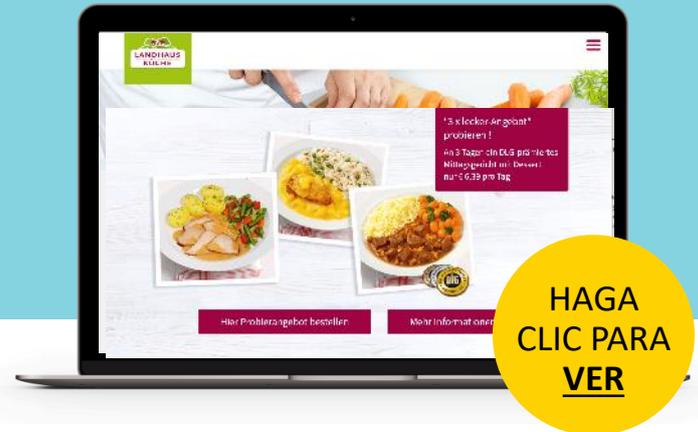
La tecnología de impresión de alimentos tiene un gran potencial como recurso y la creación de moldes ayuda a preservar la apariencia de los alimentos, estimulando así el apetito de las personas y mejorando el grado de aceptación. Existe una oportunidad para sistemas de TI, para registrar y procesar los requisitos nutricionales.

Producto y Servicio: Land-Haus Küche, Reparto de comida

Region: Schwaikheim, Alemania



“Cocinado con amor. Traído con alegría... desde el Apetito...”



Por qué es esta una Buena Práctica:

La Cocina de la Casa de Campo (Land-Haus Küche) es un concepto que permite a aquellos que no pueden cocinar, ir de compras o llevar bolsas debido a una capacidad y movilidad reducidas, disfrutar de una comida caliente los 365 días del año. Los y las consumidores pueden disfrutar de un cómodo servicio de menú en línea con un clic del ratón. Se satisfacen todas las necesidades dietéticas, incluso hay disponible un menú de comida en puré. Para garantizar que los platos se entreguen calientes y notablemente frescos en la mesa de los clientes, algunos servicios de comidas utilizan vehículos de reparto con horno integrado. Los platos se cocinan suavemente durante todo el viaje. Alternativamente, se transportan en cajas aisladas individuales, lo que garantiza que se mantengan calientes hasta su mesa. Tener este valioso servicio mejora la salud y el bienestar de las personas mayores. El pedido en línea hace que sea muy cómodo para los familiares atender las necesidades de sus seres queridos, pero también hay opciones para pedidos por teléfono o directamente desde el servicio de mensajería.

Acerca de:

Hace un cuarto de siglo se presentó al público la nueva oferta "Tu restaurante móvil" de Apetito. El compromiso inicial ha continuado hasta el día de hoy: llevar un almuerzo de alta calidad para las personas mayores directamente a sus hogares. Por eso, el servicio se denominó posteriormente también "Apetito zuhaus" y, a partir de 2011, "Cocina campestre de Apetito". Una cosa no ha cambiado en todos estos años: la búsqueda de la máxima calidad mediante el uso de ingredientes de alta calidad, la gran variedad en el menú con nuevas recetas y la entrega cómoda directamente a la casa. Los chefs de la Cocina de la Casa de Campo no solo preparan clásicos de la buena cocina alemana, sino también platos populares mediterráneos. Hay para todos los gustos. Le dan gran importancia a la riqueza natural de los sabores y renuncian constantemente a todos los aditivos artificiales como potenciadores del sabor, condimentos, extracto de levadura, colorantes, así como fosfatos y sales.

Sus alimentos precocinados y congelados también se distribuyen a través de proveedores locales asociados y asociaciones por el bienestar, como la Cruz Roja Alemana, Johannitern, Diakoniestationen, Caritas y Arbeiterwohlfahrt. La colorida selección crea una variedad de estilos de cocina en la mesa y ofrece a las personas mayores un gran placer gastronómico.

Éxito:

Esta empresa exhibe su éxito a través de su sostenibilidad y longevidad para satisfacer las necesidades de su público. El día a día de estas personas se facilita, se mantiene su independencia y tienen un contacto social diario. La comida de alta calidad excepcional puede ser probada mediante certificaciones como DIN ISO 9001 o reciben regularmente los premios de inspección de calidad de DLG.

Retos y transferibilidad:

Puede ser difícil encontrar los socios adecuados, pero una vez establecidas estas asociaciones pueden ser inestimables. La habilidad para el uso de las TI por las personas mayores para usar la plataforma podría representar un desafío, pero los miembros de la familia tienden a hacer esta parte. Por otro lado, tienen una línea telefónica específica para pedidos o para simplificarlo incluso más, las personas mayores pueden realizar pedidos directamente a través del personal de entrega. Posteriormente, esto puede eliminar la necesidad de un cuidador como intermediario de servicios entre la empresa y las personas mayores. La empresa ofrece pruebas no vinculantes, brindando flexibilidad y confianza a sus clientes.

El concepto muestra cuán vitales son las asociaciones con las redes de distribución para el suministro de alimentos de alta calidad a las personas mayores. Se centran en la entrega de comida caliente y entregas congeladas. La apuesta por la comodidad juega un papel vital en la comida innovadora para personas mayores. La plataforma en línea también responde a la necesidad de pedidos de alimentos entre las personas mayores y sus familias.

Producto y Servicio: Estándares y procedimientos para catering para personas mayores

Region: Alemania, ámbito nacional

“Encajar en la vejez ...
Comer sano, vivir mejor”



CLICK TO
[VIEW](#)

Por qué esta es una Buena Práctica:

“Fit im Alter” es un programa de la iniciativa “INFORM” de Alemania para una alimentación saludable y más ejercicio. El objetivo de la iniciativa es mejorar permanentemente los hábitos alimentarios y la actividad física de las personas. “Fit im Alter” se inscribe en el estándar de calidad DGE para todos los servicios de catering con “comida sobre ruedas” y en instituciones para personas mayores. La iniciativa “Encajar en la vejez - comer sano, vivir mejor” tiene como objetivo optimizar el catering para las personas mayores y actualizar los conocimientos de especialistas, divulgadores y personas mayores sobre una dieta equilibrada y ejercicio adecuado para estas personas. El objetivo es satisfacer las necesidades de las personas mayores y así mantener la mayor calidad de vida posible, tanto en las instalaciones para ellas como en el hogar y durante las actividades en grupo.

Acerca de:

Bajo pedido y consultando con las personas mayores, el programa implementa el concepto “Encajar en la vejez, comer sano, vivir mejor” con la certificación del Ministerio Federal de Alimentación y Agricultura. Crea soluciones basadas en las necesidades de:

- Dietética y nutrición en la vejez.
- Métodos simples para facilitar la alimentación de forma independiente.
- Estrecha coordinación con la dirección de enfermería y participación activa de los residentes.

El objetivo de la “Norma de calidad DGE para catering con ‘comidas sobre ruedas’ y en centros para personas mayores” es apoyar a los responsables de catering en la implementación de una restauración basada en las necesidades, y al mismo tiempo sostenible para que clientes y residentes obtengan un adecuado estándar de calidad de servicio.

Éxito:

El programa apoya la provisión de comidas de alta calidad para personas mayores de acuerdo con las recomendaciones nutricionales y fisiológicas. Las comidas se presentan de forma atractiva con sabores cuidadosamente armonizados. “Fit im Alter” alienta y motiva a las personas mayores a comer de manera saludable y se asegura de que reciban las vitaminas y los nutrientes adecuados. El programa también cumple con una amplia gama de requisitos en términos de alimentos y bebidas para personas mayores, como personas mayores con problemas para tragar, demencia y otras dificultades, a través de una estrecha colaboración con todas las partes interesadas.

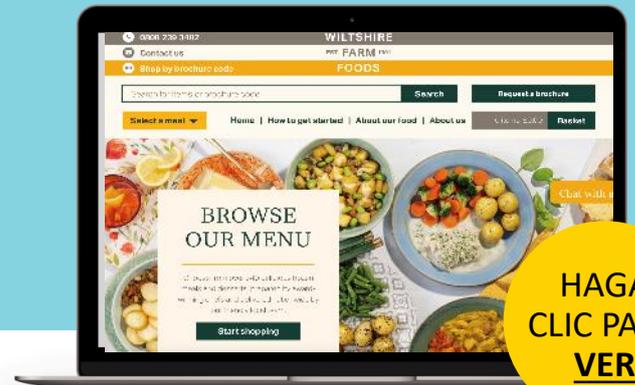
Retos y transferibilidad:

Este concepto requiere personal capacitado y competente y la colaboración constante con personas mayores, cuidadores/personal/proveedores de catering en entornos residenciales y aquellos involucrados con “comidas sobre ruedas”. La cena debe verse como una experiencia. Centrarse en las necesidades adyacentes y los factores externos que afectan el proceso de comidas de las personas mayores (por ejemplo, cubiertos, diferencia de temporada) ofrece nuevas oportunidades para el servicio de alimentación y la innovación en productos.

El programa muestra un uso ejemplar de su sitio web para llegar a todas las partes interesadas. Ofrecen seminarios web, ejemplos prácticos, recetas e información básica sobre todos los aspectos del programa y sobre el proceso de estándares de calidad. Al hacerlo, están creando un enfoque estandarizado para la promoción de la alimentación y de esta corriente y, por lo tanto, apoyan la salud de la población que envejece en Alemania. Este es un enfoque muy fácilmente transferible.

Producto y Servicio: Wiltshire Farm Foods, Reparto de comida**Region:** Nottingham, Reino Unido

“ Manténgase seguro y abrigado en casa y permítanos llevarle el sol en cada comida ”

**Por qué esta es una Buena Práctica:**

La compañía de alimentación Wiltshire Farm ofrece un servicio de entrega de comidas que está dirigido al mercado de personas mayores y ofrece comidas preparadas nutricionalmente equilibradas para personas mayores en el Reino Unido e Irlanda. Esto ayuda a satisfacer la demanda de productos alimenticios sabrosos, saludables, equilibrados y adecuados en el mercado de personas mayores y contribuye significativamente a su salud y bienestar en general. La compañía ahora también está desarrollando una nueva estrategia desde julio de 2021 en la que se está iniciando un nuevo esquema de recogida y reciclaje, para permitirles ser más sostenibles. Por ejemplo, recolectando los envases vacíos de los hogares como lo hacía el lechero. Es un esquema verdaderamente pionero y el primero de su tipo en cualquier parte del mundo.

Acerca de:

La compañía de alimentación Wiltshire Farm fue fundada en 1991. Desde entonces, han estado desarrollando excelentes menús (con su jefe de cocina y dietista) cocinando las comidas y entregándolas congeladas a las puertas de los clientes, utilizando sus equipos locales. Se dirigen al mercado de personas mayores y venden las comidas tradicionales más demandadas para el desayuno, el almuerzo, la cena y el postre. Sus ofertas son nutricionalmente equilibradas e incluso ofrecen comidas en puré o texturizadas si es necesario para satisfacer todas las necesidades dietéticas. Sus productos y servicios benefician a un amplio espectro de personas, pero especialmente al grupo de personas mayores.

Tienen una gama de más de 300 platos para elegir, que se pueden pedir online, a través de su nueva aplicación o por teléfono. Estos productos alimenticios no solo son deliciosos, sino que también tienen equilibrio nutricional y, estando congelados, se pueden cocinar cómodamente directamente en el microondas o el horno. Ofrecen entregas sin contacto a petición de la o el cliente. La entrega es gratuita a cualquier dirección en el Reino Unido, ya que utilizan conductores locales de equipos locales.

Éxito:

La empresa de alimentación Wiltshire Farm tiene 30 años

de experiencia y ha ganado varios premios (incluidos dos Queens's Awards for Enterprise). Proporcionan una solución a las necesidades de las y los consumidores de hoy (especialmente los grupos vulnerables, personas mayores) mediante el seguimiento de su ingesta diaria para controlar su dieta y salud. La empresa también utilizó con éxito los medios de comunicación locales (por ejemplo, una revista navideña) para interactuar con su mercado de personas mayores. Organizaron un concurso para que los clientes seleccionaran las recetas de comidas que les aportaran "luz del sol". El jefe de cocina de la empresa le hizo el plato al ganador. Esta idea logró una elevada participación de su grupo objetivo y aportó ideas al equipo para desarrollar productos alimenticios más deliciosos y saludables. También mejoró su servicio de alta calidad con la "alegría" por la que se han hecho conocidos.

El sitio web de la empresa es fácil de usar y, para mayor comodidad, puede guardar sus comidas favoritas y repetir sus pedidos anteriores. También se aceptan pedidos por teléfono para personas mayores sin la habilidad de usar aplicaciones u ordenadores.

Retos y transferibilidad:

En el mercado actual, existe una creciente demanda de productos alimenticios sabrosos, cómodos y saludables para el grupo de personas mayores como un mercado en expansión. Todavía existe una gran brecha en este mercado que los productores de alimentos deben abordar para que la Economía Plateada pueda tener opciones y servicios de alimentación más saludables para garantizar el apoyo adecuado en su envejecimiento. Puede ser un desafío conseguir chefs experimentados que puedan crear de forma constante alimentos deliciosos y nutritivos para los grupos de clientes específicos.

En la situación de Covid, es posible que necesite más servicio de entrega sin contacto, por lo tanto, necesitará más conductores locales (equipos de entrega) para brindar este servicio de alta calidad. Para una nueva puesta en marcha, tener equipos de entrega locales de alta calidad puede ser un desafío al principio. Sin embargo, este modelo tendría un gran potencial para difundirse en otras regiones del mundo para ayudar a más personas de edad avanzada.

07

Conclusiones



Conclusiones

La Guía de Buenas Prácticas proporciona información detallada sobre cómo la Economía Plateada, o Silver Economy, y el actual mercado de la alimentación podrían fomentarse mediante innovaciones en las regiones asociadas al proyecto. En las buenas prácticas recopiladas se puede apreciar que el mercado de la alimentación para personas mayores es altamente multidimensional, que va desde complementos alimenticios innovadores, desarrollo de alimentos para personas con problemas específicos de salud hasta servicios de entrega de alimentos y cursos de preparación de los mismos.

Como resultado, se identificaron 20 Buenas Prácticas diferentes, lo que indica la importancia del mercado de la alimentación para el sector de la Economía Plateada. Las buenas prácticas son uno de los principios clave para compartir experiencias entre las regiones del proyecto. Al analizar lo que otras regiones tienen y hacen para fomentar el desarrollo del mercado de la alimentación para personas mayores, las PYMES en las regiones del proyecto podrán utilizar estos ejemplos como inspiración para comprender cómo se podrían resolver sus problemas en el ámbito local y las brechas en el ecosistema del mercado de la alimentación.



alimentos innovadores

**innovating
food** for seniors

para personas mayores

