

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS para profesionales de la FPO

Guíese en sus programas de formación por **20 estudios de casos** de PYMEs innovadoras en la alimentación para personas mayores



alimentos innovadores

innovating
food for seniors

para personas mayores

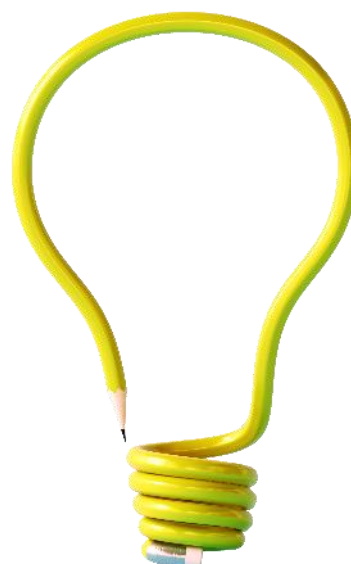
www.innovatingfoodforseniors.eu

Índice de Contenidos

01	Introducción a PIFS y a esta Guía para profesionales de FPO	3
02	La Economía Plateada: Descripción	10
03	Impulsores de políticas e impacto de los cambios de políticas para la Economía Plateada	12
04	Desarrollo empresarial basado en la innovación	14
05	El mercado actual de la alimentación	23
06	Buenas Prácticas	27
07	Conclusiones	52

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 a PIFS y a esta Guía para profesionales de FPO



Proyecto Pioneering Innovative Food for Seniors* (PIFS)

El sector de la alimentación es uno de los más dinámicos de Europa, con cambios en la tecnología y los estilos de vida que alteran rápidamente las preferencias de consumidores y los márgenes de beneficio. La industria de la alimentación y las bebidas es el sector manufacturero más grande de la UE en términos de empleo y valor añadido. La industria está dominada por las PYME: 9 de cada 10 empresas de alimentos y bebidas en Europa son PYME con 289 000 empresas y 4,2 millones de personas empleadas.

Sin embargo, la OCDE sostiene que es menos probable que el personal de las pequeñas empresas reciba capacitación que los trabajadores de las empresas más grandes, inhibiéndose esta capacitación profesional por factores como la distancia a los centros de formación, el tiempo y el coste involucrados. Sin embargo, estas personas tienen más que ganar con la formación para el desarrollo de habilidades: la mayoría no ha cursado estudios superiores y la industria alimentaria se considera tradicionalmente como un sector con baja intensidad de investigación / innovación y es bastante conservadora en términos del

tipo de innovaciones introducidas en el mercado.

Por lo tanto, si el sector alimentario necesita más innovación, se debe considerar un área de alto potencial en particular. Europa alberga a la población más anciana del mundo, estando una de cada cuatro personas por encima de los 59 años. Según las estadísticas del [Instituto Nacional sobre el Envejecimiento](#), la proporción de personas mayores de 65 años aumentará al 30% y las de 80 o más se duplicarán con creces del 5% al 12% en Europa para 2060.

Como sabe el profesorado de FPO, el desarrollo de productos innovadores exitosos es un desafío. La industria alimentaria se considera tradicionalmente como un sector con escasa investigación.



Para el sector de la FPO, Pioneering Innovative Food for Seniors (PIFS):

- Contribuye al desarrollo profesional del personal de FPO alimentaria aumentando sus habilidades pedagógicas para innovar en productos alimenticios para la Economía Plateada.
- Hace una contribución sustancial para ayudar a los educadores a mantenerse al tanto de las oportunidades de mercado en la Economía Plateada, en inglés, Silver Economy, y sus implicaciones sobre la innovación y el crecimiento.
- imparte conocimientos especializados del mercado alimentario actual y, específicamente, el potencial de los alimentos amigables con las personas mayores como motor de innovación en el mismo.
- Utiliza métodos innovadores para ayudar al profesorado de FPO a enseñar innovación y habilidades empresariales para que las empresas y los estudiantes respondan a la creciente demanda de nuevos productos y servicios alimentarios dentro de la Economía Plateada.

* Alimentos Pioneros e Innovadores para Personas Mayores

Sobre esta Guía de Buenas Prácticas para profesionales de FPO

Nuestra Guía de Buenas Prácticas para la FPO es una herramienta de formación única para que su profesorado adquiera una visión completa de los ejemplos comerciales de los impulsores y las oportunidades de la innovación alimentaria en la Economía Plateada de Europa.

Se han seleccionado cuidadosamente 20 buenas prácticas de las regiones asociadas al proyecto y abarcan el desarrollo de productos enfocado en la nutrición, el fortalecimiento de los nutracéuticos, la comercialización de la innovación, la cadena de suministro y las oportunidades de distribución, la alimentación inteligente, la tecnología y el marketing para consumidores especializados. Es un recurso muy útil para guiar su práctica de formación / enseñanza en la aplicación de la innovación. A partir de las buenas prácticas recopiladas, sus alumnos comprenderán cómo el mercado de alimentos para personas mayores es multidimensional, desde complementos alimenticios innovadores, desarrollo de alimentos para personas con problemas de salud específicos hasta servicios de entrega de alimentos. En todo momento, el equipo de PIFS ha sido consciente de seleccionar prácticas que pueden mejorar la forma en que usted alcanza y enseña la innovación.

Quién se beneficiará?



1

Personal de formación y provisión de FPO de toda la cadena de valor alimentaria interesado en adquirir competencias para formar a las personas que trabajan en el sector alimentario

2

Negocios de servicios o productos alimenticios existentes o futuros

3

Clusters o asociaciones de PYMES del sector alimentario

4

Agentes de innovación, p. ej. entidades ligadas al envejecimiento, promotores de la salud pública, organizaciones de desarrollo regional, ...

EL PODER DEL MÉTODO DEL CASO COMO HERRAMIENTA DE FORMACIÓN

El compendio PIFS de 20 estudios de casos de buenas prácticas proporciona un recurso de formación único que reúne los diversos conocimientos para proporcionar al profesorado de FP una guía completa de los impulsores y las oportunidades de la innovación alimentaria para las personas mayores en Europa. A medida que el sector de la alimentación con valor añadido sigue creciendo en toda Europa, esta Guía proporcionará una aportación vital para su propio desarrollo profesional, mejorando sus resultados y abriendo las puertas a futuras oportunidades profesionales para sus estudiantes.



Le recomendamos que utilice el método del caso como parte de su práctica docente / formativa.

¿Por qué? Los estudios de casos:

- son utilizados como herramienta de enseñanza para mostrar la aplicación de una teoría o concepto a situaciones reales.
- se basan en hechos y contexto. Crean empatía con los personaje principales, y son relevantes para el lector, al relacionarse con un desafío que necesita ser resuelto.
- son una forma de descubrir el concepto de una nueva manera.

Una de las principales ventajas de enseñar con el método del caso es que los alumnos participan activamente en la comprensión de los principios mediante la abstracción de los ejemplos. Esto desarrolla sus habilidades en las competencias clave de:

- Resolver problemas.
- Usar herramientas analíticas, cuantitativas y/o cualitativas, dependiendo del caso.
- Toma de decisiones en situaciones complejas.
- Hacer frente a las ambigüedades

PIFS mejorará sustancialmente la formación de las PYME alimentarias y su personal al:

- Incrementar su sensibilización y compromiso con la innovación para el crecimiento empresarial a través de alimentos innovadores.
- Proporcionar información aplicada de la industria para su propio desarrollo profesional, mejorar sus resultados y abrir puertas a futuros itinerarios profesionales y comercialización de oportunidades de innovación.

La pedagogía del método del caso

Las PYMEs alimentarias tienen hambre de innovación. Aunque el sector de la alimentación y las bebidas desempeña un papel importante dentro de la economía de la UE, la innovación en las PYMEs del sector alimentario ha recibido poca atención previa¹. Al aplicar la metodología del caso con las buenas prácticas de PIFS en su formación / enseñanza, tiene la oportunidad de abordar cuestiones pedagógicas específicas y desarrollar habilidades superiores en el alumnado. Nos estamos adaptando desde el método del caso, basado en una filosofía de educación profesional que asocia el conocimiento directamente con la acción². El método del caso es un enfoque rico y poderoso para el desarrollo de habilidades cognitivas en los alumnos. También es un enfoque flexible, en el sentido de que el equipo formador puede utilizarlo de formas alternativas.

Velenchik (1995)³ destaca que el método del caso es una motivación para aprender teoría. En la práctica de formación en FPO, a menudo utilizamos ejemplos para ilustrar la aplicación de conceptos teóricos particulares. Sin embargo, tendemos a utilizar el ejemplo para reforzar la teoría, habiendo enseñado la teoría primero, en lugar de pensar en la teoría como un conjunto de herramientas para responder a la pregunta planteada por la práctica. Por lo tanto, la atención se centra en la teoría en sí, y la práctica a menudo se percibe como incidental. Cuando el alumnado no comprenden el propósito de la teoría, el proceso de aprendizaje se vuelve más difícil de lo necesario y, a menudo, no logran captar las herramientas que necesitan. En el método del caso, el problema que el alumnado tiene el desafío de resolver ocupa un lugar central. Pronto se dan cuenta de que no tienen las herramientas y comienzan a buscarlas. Quieren aprender teoría.

El método del caso también se puede utilizar de una manera muy eficaz para que el alumnado ascienda gradualmente en la escalera de las habilidades cognitivas desde los niveles bajos de conocimiento, comprensión y aplicación a las habilidades superiores de análisis, síntesis y evaluación. Esta taxonomía educativa fue propuesta originalmente por Bloom (1956)⁴ y proporciona un enfoque transparente y estructurado para el desarrollo de las habilidades del alumnado.

En términos del poder pedagógico del estudio de casos, el método del caso ofrece:

Basar el conocimiento en un contexto del mundo real, el método del caso apoya y facilita la comprensión de los conocimientos básicos. Implica la recuperación de una amplia gama de material, pero todo lo que se requiere es traer a la mente la información apropiada, no necesariamente comprender su significado. Cuando se combina con otros contenidos de formación, el método del caso se utiliza para ampliar el conocimiento.

Comprensión. Esta habilidad se define como la capacidad de captar el significado material. Puede demostrarse traduciendo lo pertinente en el caso de una forma a otra, interpretándolo y extrapolando la información. Al basar el conocimiento en un contexto del mundo real, el método del caso apoya y facilita la comprensión de los conocimientos básicos.

Aplicación. Esta es la capacidad de utilizar el material aprendido en situaciones nuevas y concretas (p.ej., para aplicar el aprendizaje en su propia trayectoria de innovación alimentaria). A través de nuestros 20 casos de buenas prácticas, las personas beneficiarias desarrollan una comprensión de cómo se aplica la teoría en contextos del mundo real.

Análisis. Nuestras Buenas Prácticas requieren que el alumnado analice información compleja, establezca relaciones e identifique problemas. El proceso generalmente incluye la identificación de las partes de la innovación, el análisis de las relaciones entre las partes y el reconocimiento de los principios de innovación involucrados. Como ya se mencionó, el análisis está en el centro del método del caso.

Síntesis. Esta habilidad se refiere a la capacidad de juntar partes para formar un nuevo todo. El proceso puede implicar, por ejemplo, la producción de su propio plan de desarrollo de nuevos productos o propuesta de investigación.

Evaluación. La evaluación crítica se ocupa de la capacidad de juzgar el valor del material para un propósito determinado. Después de haber analizado y sintetizado un caso particular, los alumnos deben participar en una evaluación de políticas o estrategias alternativas disponibles para la empresa de las Buenas Prácticas. Esto puede incluir una evaluación de las decisiones ya tomadas frente a posibles soluciones alternativas.

¹ Baregheh, A., Rowley, J., Sambrook, S., & Davies, D. (2012). "Innovation in food sector SMEs", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(2), pp. 300-32.

² Boehrer, J. (1995). On teaching a case. *International Studies Notes*, 19(2), pp. 14-20.

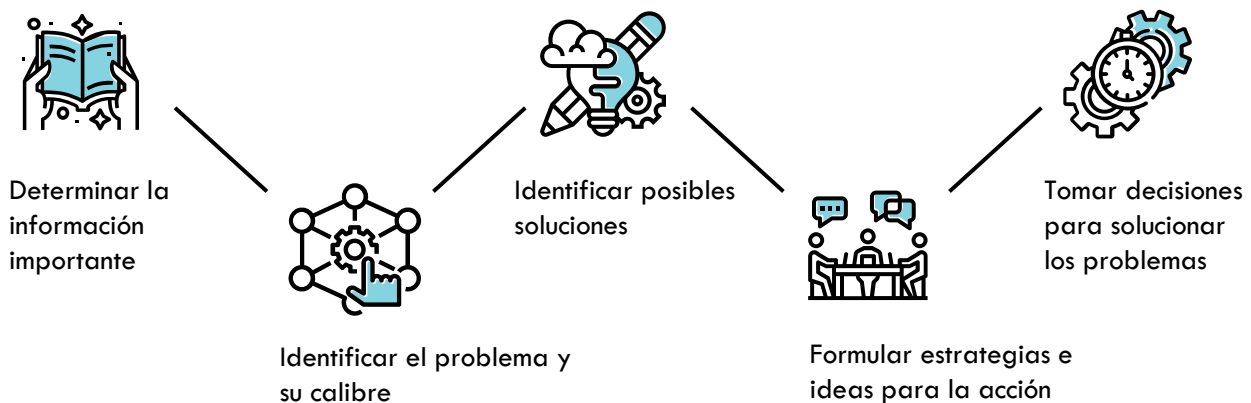
³ Velenchik, A. D. (1995). The Case Method as a Strategy for Teaching Policy Analysis to Undergraduates. *The Journal of Economic Education*, 26(1), pp. 29-38.

⁴ Bloom, B. S. (1956). Taxonomy of educational objectives. Vol. 1: Cognitive domain, 20(24), pp. 1.

Cómo utilizar el estudio de casos de las Buenas Prácticas de PIFS

El objetivo de la Guía de Buenas Prácticas es provocar un pensamiento crítico y una ampliación de las perspectivas y el conocimiento de las PYME alimentarias y las entidades de FPO sobre las oportunidades de innovar y comercializar alimentos enriquecidos con nutrientes para nuestra población que envejece. Ya sea en grupos o en aprendizaje individual, capacitar a sus alumnos para que se hagan cargo de un caso de buenas prácticas y analicen la información clave para identificar los problemas que surgieron y encontrar soluciones a los problemas.

Esto permite al alumnado ser capaz de:



Instrucciones para el alumnado

Para obtener el máximo beneficio de nuestros estudios de casos de buenas prácticas en su práctica de formación / enseñanza, anime a sus alumnos a abordar cada caso de acuerdo con los siguientes puntos:

- Lea detenidamente la Buena Práctica y formule sus propias opiniones antes de compartir ideas con otros en su grupo o clase. Debe poder examinar críticamente las mejores prácticas presentadas, identificar los problemas por sí mismo y ser capaz de ofrecer soluciones y alternativas. Antes de discutir el estudio con el grupo, debe poder formar su propio esquema e itinerario.
- Una vez que tenga una comprensión clara de la buena práctica, puede compartir sus ideas con otros miembros de su grupo.
- Abra la discusión del caso y escuche las opiniones del resto en su grupo y clase.
- Reflexione sobre cómo cambiaron sus ideas iniciales como resultado de la discusión grupal.

Este es el primer producto final de PIFS enfocado a la formación. Como educador/a y a medida que avance el proyecto, también se beneficiará de nuestros:

- Autoevaluación Digital sobre Innovación, la primera herramienta digital y un conjunto de plantillas de su tipo, que permite a las empresas medir qué tan preparadas están para la innovación para desarrollar alimentos para personas mayores con una ruta de aprendizaje recomendada.
- Recursos Abiertos para la Educación, que hace posible un aula de enseñanza que permite un uso máximo de los recursos multimedia. Este recurso para personal de formación le introducirá en la agenda de Educación 4.0 de tecnología vanguardista para el aprendizaje adaptativo.
- Curso online (IO4) que permite a los gerentes y empleados de las PYMEs alimentarias continuar aprendiendo en un entorno móvil y flexible.



Estructura de esta Guía de Buenas Prácticas para FPO

La Guía de Buenas Prácticas para FPO está estructurada en 6 partes:

Capítulo 1

Nuestra introducción al Proyecto y a esta Guía de Buenas Prácticas para FPO.

Capítulo 2

Describe el significado de Economía Plateada y su tamaño.

Capítulo 3

Describe los impulsores de políticas y el impacto de los cambios de políticas para la Economía Plateada.

Capítulo 4

Presenta el desarrollo empresarial basado en la innovación y describe el papel de la innovación en la organización, las actividades innovadoras y su significado, los factores organizacionales que afectan a las innovaciones y define el conocimiento y las competencias como los principales impulsores de la innovación en la organización.

Capítulo 5

Describe el mercado de la alimentación actual, sus tendencias y la definición de alimentos innovadores.

Capítulo 6

Describe los resultados de nuestra recopilación de 20 Buenas Prácticas, con toda la información relevante, incluyendo cuál es la Buena Práctica / por qué es exitosa y cuáles son los resultados obtenidos / por qué puede ser extendida a otras regiones.

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)³ 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, 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.



03

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



Impulsores de políticas e impacto de los cambios de 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.

Incorporar las políticas como parte de su práctica formativa

Al enseñar la importancia del contexto de las políticas, ayuda a su alumnado a comprender el entorno macro en el que se desenvolverá su producto alimentario. Es la pieza del Gran Cuadro que cada PYME debe entender y aprender de ella. Resumimos las políticas clave que son importantes para su alumnado. Utilice los hipervínculos para obtener más información.

- 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 ancianos, 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](#) (de 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

Desarrollo empresarial basado en la innovación



Retos y oportunidades para la Economía Plateada

Como innovación se considera una nueva idea o una nueva forma de hacer las cosas. La innovación es fundamental a la hora de querer mejorar productos, servicios, incrementar ventas, reducir costes o hacer más eficaces y eficientes los procesos de organización. La enseñanza del desarrollo empresarial basado en la innovación producirá resultados poderosos:

La innovación es nada menos que el elemento vital del desarrollo y el crecimiento a largo plazo. Su enseñanza debe reflejar que es un proceso, un viaje, no un destino. Nuestras buenas prácticas le brindarán ejemplos tangibles de 20 empresas en ese viaje de innovación.

El alumnado entenderá la creación de nuevos procesos, experiencias, características, clientes, ofertas y modelos, pero a través de la lente especial del pensamiento innovador y la acción innovadora para satisfacer las necesidades de nuestras personas mayores. Las mejores innovaciones vienen en la ejecución, no necesariamente en la idea inicial. Aprenda de nuestras 20 mejores prácticas que han asumido el desafío de pensar y ejecutar de manera diferente.

Innovaciones y su papel en la organización

En términos generales, la innovación como fenómeno se puede definir de diversas formas en función de diversos enfoques y metodología de clasificación. La [Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico](#) (OCDE presenta las definiciones básicas y los tipos de innovación en una serie de manuales. El último manual – [El Manual de Oslo \(2018\)](#) – define la innovación como:

La Comisión Europea en su "[Libro Verde sobre la Innovación](#)" define el término "innovación" como sinónimo de producción, asimilación y uso exitoso de la novedad en los ámbitos económico y social. Las innovaciones ofrecen nuevas soluciones a los problemas y permiten así satisfacer las necesidades de las personas y la sociedad.

“

*un producto o proceso (o una combinación de los mismos) nuevo o mejorado que difiere significativamente de los productos o procesos anteriores de la unidad productiva y que ha sido puesto a disposición de los usuarios potenciales (producto) o puesto en uso por la unidad productiva (proceso)*⁵

”



⁵ OCDE. n.d. *Defining Innovation*. Disponible en: <https://www.oecd.org/site/innovationstrategy/defininginnovation.htm>

La variedad de características de la innovación se expresa en muchas definiciones y autores diferentes. Las diferentes definiciones de innovación reflejan el amplio espectro de aspectos de la misma. El análisis de los aspectos de la innovación muestra que desde que se desarrollaron las primeras definiciones, la discusión sobre este tema ha progresado sustancialmente - **la innovación se ve no solo como proceso de cambio u objeto físico, sino también como instrumento de cambio y condición para este cambio.**

Por consiguiente, los aspectos de la innovación se pueden resumir como sigue:

- 1 innovación como algo nuevo (algún objeto real: producto, servicio o software);
- 2 Innovación como proceso de hacer, crear algo nuevo.;
- 3 la innovación como instrumento para hacer, crear algo nuevo;
- 4 la innovación como condición (entorno) para hacer algo nuevo;
- 5 innovación como idea (concepto) de algo nuevo;
- 6 la innovación como habilidades humanas para hacer algo nuevo;
- 7 la innovación como proceso de cambio.

La clasificación de la innovación ha recorrido un largo camino y la última categorización de innovaciones de acuerdo con la metodología de la OCDE se puede resumir de la siguiente manera: hay dos tipos principales de innovación:

- innovaciones que cambian los productos de la empresa (innovaciones de productos)
- innovaciones que cambian los procesos comerciales de la empresa (innovaciones en los procesos comerciales).

Innovación de producto

La innovación de producto es un bien o servicio nuevo o mejorado que difiere significativamente de los bienes o servicios anteriores de la empresa y que se ha introducido en el mercado. Las innovaciones de productos pueden involucrar dos tipos genéricos de productos: bienes y servicios:

- Los bienes incluyen objetos tangibles y algunos productos que capturan conocimientos sobre los cuales se pueden establecer derechos de propiedad y cuya propiedad se puede transferir a través de transacciones de mercado.
- Los servicios son actividades intangibles que se producen y consumen simultáneamente y que cambian las condiciones (por ejemplo, físicas, psicológicas, etc.) de las personas usuarias. El compromiso de estas personas a través de su tiempo, disponibilidad, atención, transmisión de información o esfuerzo es a menudo una condición necesaria que conduce a la coproducción de servicios por parte de las personas usuarias y la empresa. Por tanto, los atributos o la experiencia de un servicio pueden depender de las aportaciones de las personas usuarias. Los servicios también pueden incluir algunos productos de captura de conocimientos.

Una innovación en los procesos de empresa

Una innovación en los procesos de empresa es un proceso nuevo o mejorado en el que una o más funciones difieren significativamente de los procesos anteriores de la empresa y que ahora ha sido puesto en uso por esta. Las innovaciones en los procesos de empresa se refieren a las diferentes funciones de una empresa. Según la última edición del Manual de Oslo, hay seis funciones empresariales principales, que son sujeto de innovación:

- producción de bienes y servicios,
- distribución y logística,
- marketing y ventas,
- sistemas de información y comunicación,
- dirección y administración,
- desarrollo de producto y procesos comerciales.

Hay muchas discusiones sobre cómo se debe medir y evaluar la innovación en cada etapa: algunos autores sugieren medir productos nuevos y mejorados como un resultado directo de la innovación asociada con el desarrollo de nuevos productos, otros hablan sobre el éxito de la innovación en el mercado, sugiriendo que la "ratio entre producto innovador vendido en el mercado y las ventas totales" es importante. Algunos autores se centran en la solicitud de patentes como innovación.

Por lo tanto, **la innovación en las empresas se puede resumir como la aplicación de herramientas y técnicas prácticas que hacen cambios, grandes y pequeños, a productos, procesos y servicios que resultan en la introducción de algo nuevo para la organización que agrega valor a la clientela y contribuye al almacén de conocimientos de la organización**⁶.

La innovación en el sector alimentario se identifica como un requisito fundamental para garantizar la sostenibilidad y competitividad de las PYME alimentarias. La innovación en la industria alimentaria es una oportunidad y un instrumento importante para diferenciarse de la competencia y satisfacer las demandas de las personas consumidoras. En última instancia, es la herramienta para triunfar en un contexto económico, el medio para penetrar en nuevos mercados y la clave para establecer nuevos productos o procesos. Por otro lado, la industria alimentaria se considera tradicionalmente como un sector con baja intensidad investigadora. Aunque los investigadores desarrollan continuamente productos y tecnologías innovadores, sus aplicaciones en la industria alimentaria se enfrentan a varios obstáculos. Este último hecho tiene que ver más con la introducción de las innovaciones dentro de la industria alimentaria, así como con la reacción de los consumidores relacionados, y menos con la adecuación tecnológica de las técnicas innovadoras. Muchos de los desafíos que enfrenta el sector alimentario, como la entrega de alimentos suficientes, no son desafíos como tales. Se convierten en desafíos debido a las responsabilidades que la sociedad asigna al sector alimentario. Aquí es donde entra la responsabilidad de la política y la justificación para el compromiso de la política para facilitar iniciativas hacia mejoras en el apoyo a la innovación. En concreto, incluyen el apoyo de redes que podrían facilitar la aparición de innovaciones en el sector alimentario para las PYMEs. Sin embargo, si bien las redes pueden proporcionar un entorno que podría respaldar iniciativas para diseñar y realizar invenciones, los impulsores reales para participar en tales iniciativas están vinculados a las presiones y desafíos que enfrentan el sector y sus actores. Los impulsores en combinación con un entorno adecuado pueden dar lugar a invenciones que, en principio, podrían ayudar al sector a hacer frente a los desafíos. Sin embargo, el mayor desarrollo de invenciones para mejorar en operaciones rutinarias como base para alcanzar potencialmente el estado de innovación, se basa en la disponibilidad de tecnologías o conceptos que lo permitan⁷.

Actividad innovadora y proceso de innovación

El enfoque clásico de un proceso de innovación está llegando a sus límites debido a la velocidad creciente de los ciclos de innovación. Las necesidades de los clientes y las posibilidades tecnológicas están cambiando rápidamente y ofrecen grandes posibilidades de crear nuevo valor para las empresas que pueden adoptar esta información y tendencias. Las empresas están fusionando todo tipo de información interna y externa para comprender claramente los requisitos futuros. Para cumplir con estos requisitos del mercado, muchas empresas adoptan diferentes estilos en la gestión de los procesos de innovación. Los investigadores, al analizar el desarrollo de nuevos productos, están presentando muchos modelos del proceso de innovación, que consta de varias etapas. Algunos autores presentan el modelo del proceso de innovación constando de trece pasos, donde el proceso comienza con la selección de ideas y finaliza con el lanzamiento de productos.

Otros describen 5 etapas del proceso de innovación: generación de ideas, refinamiento de ideas, decisión de soluciones, diseño y desarrollo y marketing o comercialización. Otra clasificación se basa en cuatro etapas: generación de ideas, apoyo y promoción de ideas de innovación, desarrollo e implementación de innovación. El proceso continúa con la comercialización de un producto o servicio una vez establecida su viabilidad económica.

En todos estos procesos mencionados, el proceso de innovación parte desde el concepto y concluye en los nuevos productos o servicios introducidos en el mercado. El proceso de innovación en una organización está influenciado por muchos factores, que pueden ser internos y externos. Los factores externos pueden incluir el gobierno, el medio ambiente, la regulación del comercio electrónico, la industria, los proveedores y clientes, los socios. Los factores internos son el tamaño de la organización, la estrategia, la estructura organizativa, el tipo de organización, los recursos, la cultura y el clima organizativo, la comunicación organizativa, la estructura social, el personal, la gestión de la tecnología y la información del mercado. [La interacción de las actividades](#) de innovación con el entorno externo forma el ciclo de vida de la innovación.

⁶ O'Sullivan, D., & Dooley, L. (2008). *Applying Innovation*. Sage publications.

⁷ Galanakis, C. M. (Ed.). (2021). *Innovation strategies in the food industry: Tools for implementation*. Academic Press.

Al pensar en los factores externos que influyen en las PYME alimentarias, cabe mencionar que el factor crucial para la innovación es el trabajo en red. Las redes pueden lidiar con innovaciones en productos, procesos, uso de recursos o servicios. La estrecha cooperación con proveedores y clientes puede dar lugar a una cooperación en red, comúnmente conocida como "cadena alimentaria".

Otros factores externos que apoyan el desarrollo del sector alimentario se pueden agrupar en cuatro categorías principales:

- 1 individuos, como expertos, líderes de opinión y consultores;
- 2 el mundo académico, como universidades y centros de investigación;
- 3 socios de la cadena de suministro, como proveedores, consumidores, minoristas y distribuidores;
- 4 empresas pertenecientes a otras industrias.

En general, las pymes alimentarias prefieren asociarse con actores que pertenecen a su propio sector y, por lo tanto, se caracterizan por tener conocimientos, habilidades y competencias similares. Sin embargo, las empresas pertenecientes a industrias de alta tecnología también están involucradas en la cadena alimentaria; muchas de las innovaciones introducidas en nuevos productos alimenticios se han desarrollado fuera de la industria alimentaria (por ejemplo, en las industrias de biotecnología o nanotecnología). Como resultado, las empresas alimentarias están demostrando una mayor apertura al conocimiento externo, a nuevos modelos y principios organizativos, con miras a una innovación acelerada⁸.

En esta Guía hemos categorizado las Buenas Prácticas en 3 grupos:

- 1 Productos Innovadores- Aquellos que ofrecen productos innovadores al mercado senior
- 2 Servicios Únicos o Útiles- Aquellos que ofrecen servicios únicos o útiles al mercado de personas mayores
- 3 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



⁸ Galanakis, C. M. (Ed.). (2021). *Innovation strategies in the food industry: Tools for implementation*. Academic Press.

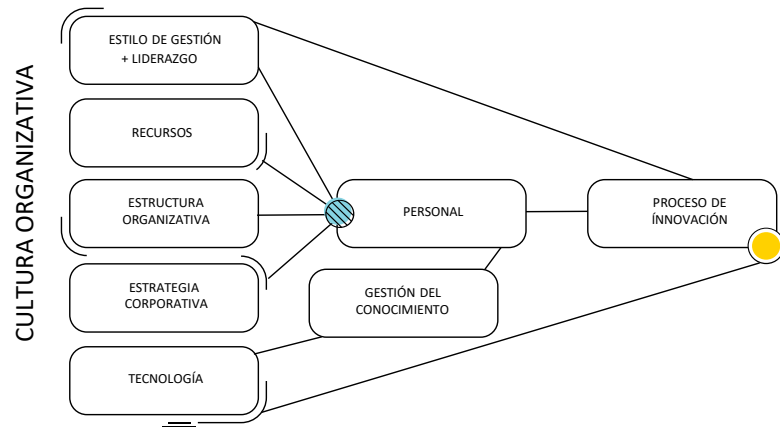
Factores organizativos que influyen en la innovación empresarial

Existen varios tipos de innovaciones relevantes para las empresas, que les permiten ser tratadas como empresas innovadoras. Las actividades innovadoras de las empresas pueden producirse en el desarrollo de productos, nuevas tecnologías, nuevas estructuras sociales o combinando todas las áreas. Una empresa innovadora también debe poseer ciertas características, y hay, además, varios factores que afectan la capacidad de una empresa para innovar, a saber: estilo de gestión y liderazgo, recursos, estructura organizativa, tecnología, gestión del conocimiento, estrategia corporativa, personal y el proceso de innovación⁹.

Figura 1

Factores organizativos que afectan a la innovación

(Fuente: *International Journal of Innovation Management*, 2008, Volumen 12: *Factors Influencing an Organisations ability to Manage Innovation: a Structured Literature Review and Conceptual Model*)



La cultura organizativa es un factor clave en la gestión de la innovación. Es un factor que impacta a todos los demás y también se ve afectado por cambios en los otros factores o elementos de una organización. Por tanto, se puede concluir que una cultura organizativa emerge y se desarrolla a través de cambios en toda la organización. Una revisión de la literatura sobre los factores que influyen en la capacidad de una organización para crear y gestionar la innovación nos permite concluir que el proceso de innovación es un factor clave sobre el que impactan todos los demás factores, lo que sugiere que los otros factores impactan en la capacidad de una organización para gestionar la innovación a través efecto mediador del proceso de innovación.

Conocimiento y capacidades como principales impulsores de la innovación

A principios del siglo XXI, muchos de los investigadores argumentaron que el conocimiento y el capital intelectual juegan un papel fundamental en las empresas modernas de la economía basada en el conocimiento. La innovación es un impulsor importante de mejoras en la productividad. Varios factores influyen en la motivación de las empresas y su capacidad para innovar, que van desde la prevalencia de la corrupción hasta la disponibilidad de una fuerza laboral adecuadamente capacitada y el acceso a la financiación. Algunos de estos factores son internos y reflejan características de la propia empresa (su tamaño o antigüedad, por ejemplo) o decisiones tomadas por la empresa (como la decisión de competir en mercados internacionales o la decisión de contratar personal altamente calificado). Otros factores son externos y dan forma al entorno empresarial general en el que operan estas empresas (como las normas aduaneras y comerciales).

La voluntad y la capacidad de una empresa para innovar dependerán de varias características. En particular, a menudo se considera que las pequeñas empresas jóvenes son los principales impulsores de la innovación. Si bien estas empresas hacen una contribución importante al desarrollo de nuevos productos, en su conjunto, no son necesariamente más innovadoras que otras. Una fuerza laboral adecuadamente cualificada (incluidas sólidas habilidades de gestión) es uno de los requisitos previos clave para una innovación exitosa - tanto en la punta de lanza tecnológica como en la adopción de la tecnología existente - ya que los trabajadores deben desarrollar y aprender nuevas técnicas de producción. Otra decisión importante a la que se enfrenta una empresa es si gasta en investigación y desarrollo (I + D) para respaldar el la puesta en marcha de nuevos productos. La I + D es un trabajo creativo sistemático diseñado para acumular conocimientos y encontrar formas de aplicarlos.

⁹ Smith, M., Busi, M., Ball, P., & Van Der Meer, R. (2019). Factors influencing an organisation's ability to manage innovation: a structured literature review and conceptual model. *Managing Innovation: What Do We Know About Innovation Success Factors?*, pp. 69-90.

La I + D no es un requisito previo para la introducción de nuevos productos o procesos, ya que las empresas pueden decidir adquirir los conocimientos existentes de otros lugares. Al mismo tiempo, la I + D aumenta significativamente la probabilidad de una innovación exitosa. Las empresas que invierten en I + D tienen, en promedio, un 22% más de probabilidades de introducir nuevos productos o procesos. También tienen un 20% más de probabilidades de introducir innovaciones organizativas o de marketing.

Según algunos autores, el conocimiento que tiene cada persona puede transferirse a varios individuos al mismo tiempo. Por lo tanto, una de las características más importantes del conocimiento es que conectar el conocimiento en muchas áreas ayuda a crear nuevas actividades comerciales y mejores empleos, y de esta manera, fomenta el crecimiento de las empresas. Está ampliamente aceptado que la capacidad de una organización para innovar está estrechamente ligada a su capacidad para utilizar sus recursos de conocimiento o su capital intelectual¹⁰.

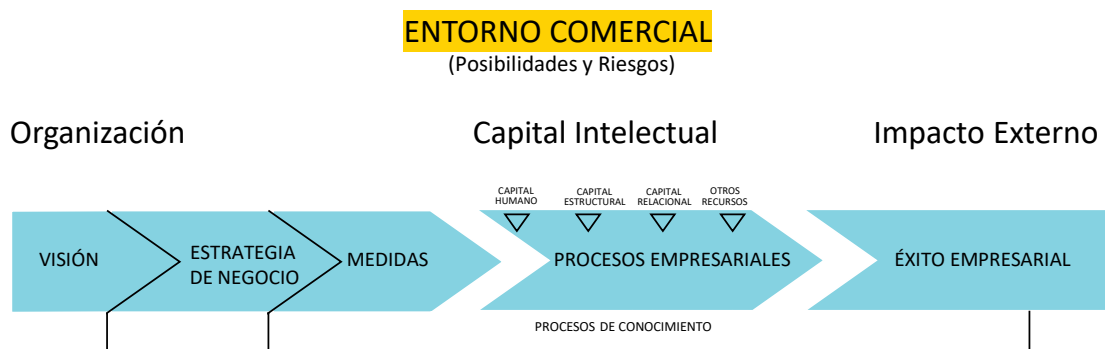
Existen varias definiciones de capital intelectual en la literatura, pero lo más común es definirlo como la diferencia entre el valor de mercado de una empresa y el costo de reemplazar sus activos¹¹. Los componentes del capital intelectual son: capital

humano, capital estructural y capital externo (cliente), que posteriormente se amplió a capital relacional. Cada una de las clasificaciones de capital intelectual requiere diferentes formas de inversión. Capital humano implica las competencias, habilidades, actitudes y motivación del personal. El capital humano es propiedad del empleado y requiere inversión en contratación, capacitación y retención del personal en la empresa.

El capital estructural comprende todas las estructuras y procesos que necesita el empleado para ser productivo e innovador. Requiere el establecimiento de rutinas y procedimientos de trabajo para retener el conocimiento. El capital relacional resume todas las relaciones con grupos externos y personas establecidas por la organización, p. ej. clientes, proveedores, socios y público. El capital relacional requiere el desarrollo de estándares para facilitar la interacción, las relaciones y la colaboración. El flujo de conocimiento y el capital intelectual en la organización se pueden resumir de la siguiente manera (Figura 2)¹²:

Figura 2

Conocimiento y capital intelectual en la organización (basado en Mertins et al. (2009)¹³)



¹⁰ Subramaniam, M., & Youndt, M. A. (2005). The Influence of Intellectual Capital on the Types of Innovative Capabilities. *Academy of Management Journal*, 48(3), pp. 450–463. <https://doi.org/10.5465/amj.2005.17407911>

¹¹ Manzari, M., Kazemi, M., Nazemi, S., & Pooya, A. (2012). Intellectual capital: Concepts, components and indicators: A literature review. *Management Science Letters*, 2(7), pp. 2255-2270.

¹² Galeitzke, M., Steinhöfel, E., Orth, R., & Kohl, H. (2015). Strategic intellectual capital management as a driver of organisational innovation. *International Journal of Knowledge and Learning*, 10(2), pp. 164. <https://doi.org/10.1504/ijkl.2015.071622>

¹³ Mertins, K., Will, M. and Meyer, C. (2009). InCaS: Intellectual Capital Statement. Measuring Intellectual Capital in European Small- and Medium sized Enterprises. *Proceedings of the European Conference on Intellectual Capital 2009*.



Capital Humano e Innovación

Las capacidades que se incorporan al proceso de valor agregado de una organización, el capital humano, es un requisito previo básico para la innovación de productos, así como para la optimización e innovación de procesos. La competencia profesional tiene una gran influencia en la innovación de productos y una fuerte influencia en la optimización y la innovación de procesos, ya que la experiencia y el conocimiento colectivos son un requisito previo para desarrollar mejoras técnicas o nuevas soluciones técnicas. En general, la gestión de competencias debe apuntar a la contratación de empleados altamente competentes y su desarrollo profesional adicional para aumentar la capacidad de innovación de una empresa.

Sin embargo, esta competencia debe equilibrarse en los dominios del conocimiento de la operativa y la organización y debe incluir la capacidad de implementar y adaptar sistemas y metodologías de innovación orientados a soluciones. Las habilidades sociales y especialmente el aspecto de la comunicación son esenciales para las actividades de innovación de productos, ya que respaldan la creatividad y la flexibilidad del empleado. Además, la comunicación de ideas y el comportamiento que alimenta el reforzamiento de la confianza, fomentan la generación de ideas e innovaciones a través de discusiones constructivas y cooperación.

La formación específica de habilidades de comunicación y cooperación puede mejorar la

generación y comunicación de ideas¹⁴. Esto es importante para alinear las estrategias tecnológicas y de producto con la evaluación de ideas. La competencia social tiene una influencia débil en la optimización e innovación de procesos, hecho que se puede explicar, ya que los procesos generales de valor agregado de una organización se enmarcan dentro del modelo de negocio y es el capital humano el que determina la calidad y eficiencia con la que estos se ejecutan.

La motivación del personal para desempeñar un papel en la organización es un hecho y se ha identificado que dentro de la organización, un sentido de participación y / o logro tiene una fuerte influencia en la innovación de productos. En general, la motivación de cada persona influye en el desempeño en términos de calidad y eficiencia. Algunos hallazgos¹⁵ sugieren que la motivación del empleado (para innovar) está influenciada por factores extrínsecos e intrínsecos que tienen un impacto en el esfuerzo individual y en la generación e implementación de ideas.

Por lo tanto, la utilización de metodologías para desarrollar y comunicar estrategias, visiones así como su implementación empática debe fomentar los factores intrínsecos de la motivación para innovar.

¹⁴ Jones, J. E., & Pfeffer, J. W. (1998). Three approaches to organizational learning. *The Pfeffer Library*, 16(2). Disponible en: <https://home.snu.edu/~jsmith/library/body/v16.pdf>.

¹⁵ Galeitzke, M., Steinhöfel, E., Orth, R., & Kohl, H. (2015). Strategic intellectual capital management as a driver of organisational innovation. *International Journal of Knowledge and Learning*, 10(2), pp.164-181.

Capital Estructural e Innovación

Las estructuras y procesos organizativos que determinan la interacción de personal y su productividad general tienen una influencia más débil en la innovación de productos y procesos cuando estos son parte del capital estructural. La cooperación y la transferencia internas de conocimientos tienen una gran influencia en la innovación de productos. Aquí, la capacidad de cooperar, incluida en la competencia social, se aplica en los diferentes niveles jerárquicos. La transferencia de conocimiento interna enfocada, construye competencias profesionales y retiene el conocimiento dentro de la organización, construyendo así las capacidades de innovación en productos y procesos entre generaciones. Los sistemas de información y comunicación son una parte importante del entorno laboral actual e influyen implícitamente en la adquisición, el procesamiento y la utilización del conocimiento.

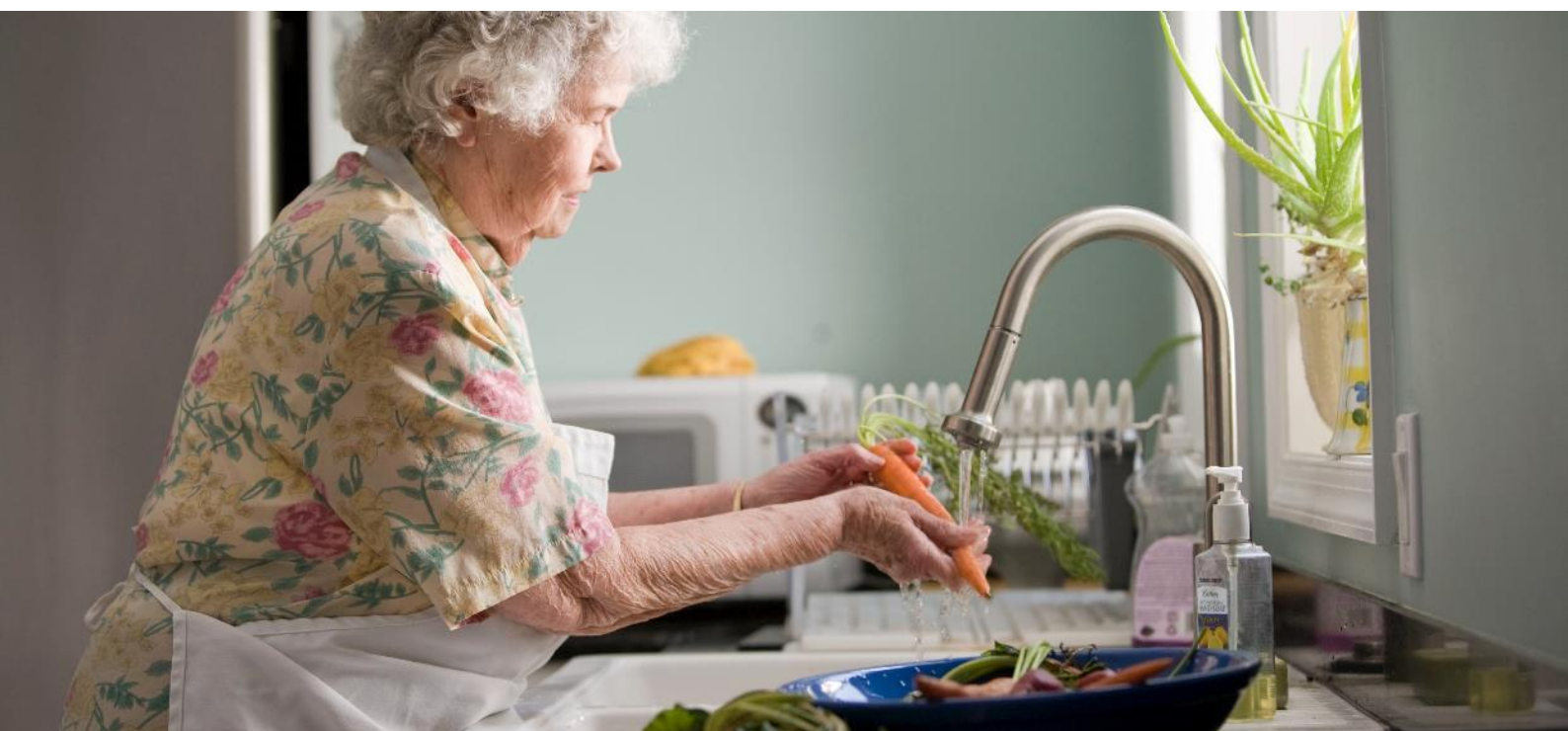
Los sistemas de información y comunicación ayudan a realizar de manera eficaz y eficiente determinadas tareas, y ayudan al personal a operar y controlar los sistemas de producción integrados. Además, el acceso rápido y sencillo a la información, el diseño y los sistemas de simulación pueden optimizar productos o procesos y generar ideas innovadoras. La cultura corporativa, que comprende todos los valores y normas, que influyen en la interacción conjunta, la transferencia de conocimientos y la forma de trabajo, también tiene un fuerte impacto en la innovación de productos. El cumplimiento de las reglas, los buenos modales, lo que se debe y no se debe hacer y el manejo de fallos son aspectos importantes de este factor.

Capital Relacional e Innovación

El capital relacional, que comprende todas las relaciones con grupos externos o individuos establecidos por la organización, p. ej. clientes, proveedores, socios/as y el público en general, tiene un impacto en la innovación de productos y procesos. Las relaciones con los clientes, ya sean clientes anteriores, actuales o potenciales, tienen una fuerte influencia en la innovación de productos, lo cual es evidente, ya que la generación de soluciones innovadoras se basa, al menos en parte, en la demanda o necesidades del cliente.

Es de destacar que las relaciones con el público, en promedio, no influyen en los factores de innovación y las relaciones con los inversores juegan solo un papel menor en la innovación del producto. Las relaciones con partenariados de cooperación profesional, donde las actividades conjuntas en la adquisición de clientes, proveedores o inversores y las actividades de transferencia de conocimientos en red influyen en la innovación del producto más que en la optimización e innovación del proceso. La transferencia de conocimiento y mejores prácticas en las asociaciones de investigación y desarrollo tiene un mayor impacto en las actividades de innovación de productos. Por lo tanto, el conocimiento basado en la experiencia y la transferencia de las mejores prácticas (procesos) juega un papel crucial en los procesos de innovación para la organización..

Así, dado que el conocimiento y las competencias son los principales impulsores en todas las organizaciones hacia los procesos de innovación, las empresas del sector alimentario se enfrentan a los mismos desafío



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 los consumidores finales. En general, los alimentos tradicionales se asocian con una identidad regional y una cualidad sensorial particular.

Con la economía plateada, un conocimiento cada vez mayor de los mecanismos del envejecimiento, así como la mejora de la asistencia sanitaria, están contribuyendo a una mayor esperanza de vida en Europa. En consecuencia, los productores de alimentos tradicionales se enfrentan el desafío de mejorar la seguridad, salud y comodidad de sus productos, de acuerdo con las demandas del mercado. Lo están haciendo mediante el uso de diferentes innovaciones que les permiten mantener e incluso ampliar su área de influencia actual, en un mercado altamente competitivo y globalizado. Paralelamente, en los últimos años se ha observado un aumento del poder adquisitivo de la población anciana en la mayoría de los países europeos y también está aumentando su disposición a gastar más en cuestiones relacionadas con la salud.

A medida que las tendencias actuales en nutrición van hacia una alimentación más saludable para mejorar la salud general, el mercado económico está favoreciendo el desarrollo de nuevos productos y servicios. Los avances recientes en la medicina señalan que las personas mayores necesitan cambiar su ingesta nutricional agregando más proteínas y vitaminas específicas a su dieta diaria. Al mismo tiempo, también está aumentando el desarrollo de herramientas de información y comunicación que permiten el seguimiento de las necesidades nutricionales y la ingesta. En conjunto, existe la necesidad de un enfoque específico en la nutrición de las personas mayores y herramientas para ayudar a monitorear y apoyar esta necesidad. Esto, por lo tanto, introducirá oportunidades en [la nutrición personalizada](#) para el mercado senior.

[Como muestran muchos estudios](#)¹⁶, el simple hecho de aumentar el tamaño de las porciones o la frecuencia de las comidas generalmente no tiene éxito en los ancianos debido a problemas físicos para comer o disminución del apetito. Sin embargo, los alimentos especializados y ricos en nutrientes pueden proporcionar 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.

¹⁶ Drewnowski, A. (2005). Concept of a nutritious food: toward a nutrient density score. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 82(4), pp. 721–732. <https://doi.org/10.1093/ajcn/82.4.721>.





La alimentación funcional como una de las tendencias del 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 macronutrientes. Los alimentos funcionales a menudo se perciben como más saludables que los alimentos convencionales y la disposición a probarlos es generalmente alta, especialmente en las personas 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: los consumidores 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 consumidores como a dietistas.

Las personas consumidoras de edad avanzada informan sobre diversas barreras para elegir alimentos saludables en general. Además de las barreras ya mencionadas, los ancianos 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.

Mercado de la nutrición personalizada como tendencia

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

El **primer segmento** 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 mercado¹⁷. 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.

¹⁷ 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>.

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 los consumidores. 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 entrado en él. 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 ancianos, 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 en su período de vida de envejecimiento activo.



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



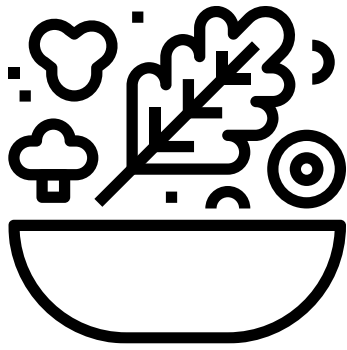
SERVICIOS ÚNICOS O ÚTILES

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 a los consumidores de Irlanda. 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 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 los consumidores 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 los ancianos 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 los ancianos. 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.

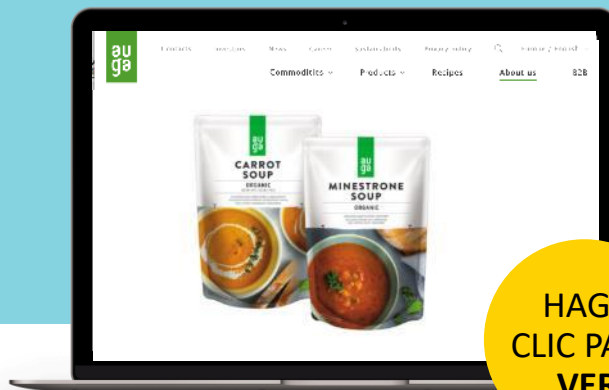
Premios destacados:

- 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 de los consumidores ”



HAGA CLIC PARA VER

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 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 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 los consumidores modernos que desean comer de manera saludable y se preocupan por la sostenibilidad no siempre tienen 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 los consumidores 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:

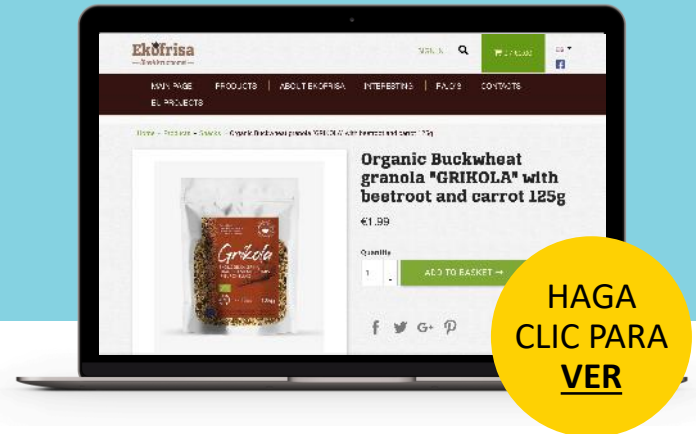
Una de las pruebas del éxito es que la empresa, junto con el Centro de Medicina Innovadora, ganó el concurso “Business and Science Partnership 2015” por la cooperación en el campo de la investigación. Los principales logros y resultados de la investigación se presentan en publicaciones en revistas científicas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



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 consumidores 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 los ancianos.

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:

- Servida 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 los 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. Muchos fabricantes todavía no ven a las personas mayores como un grupo objetivo.

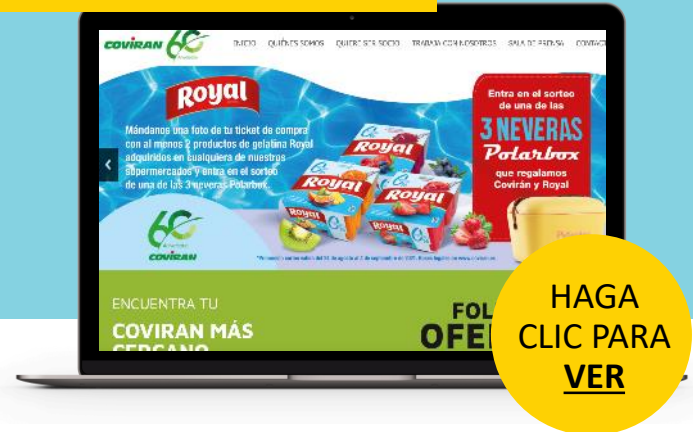
Este partenariatio entre hospitales, nutricionistas, organizaciones y servicios de alimentación, a su vez, brinda oportunidades para las empresas de alimentación y bebidas, y este modelo podría aplicarse en muchos países / regiones, lo que se espera beneficie a más agentes y sociedades.

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 Coviran, 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: consumidores 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

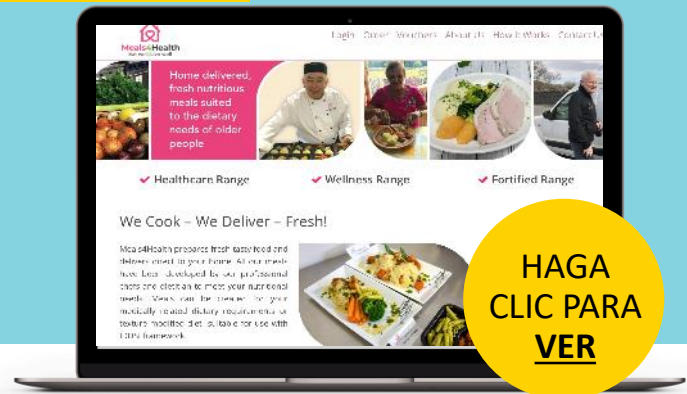
- 15 Meals4Health
- 16 Bia-at-home
- 17 Biozoon, Smoothfood & 3D Printing
- 18 Comida de la Casa de Campo - (Land-Haus Küche)
- 19 Fit im Alter
- 20 Wiltshire Farm Foods Company

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, Lívan bien, Envejezcan 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 consumidores. 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, Irlanda

“*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: weekly ordering (less time online or on phone)

- 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 pueden realizar pedidos por teléfono.
- Se admiten modificaciones en el menú.

Retos y transferibilidad:

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”.

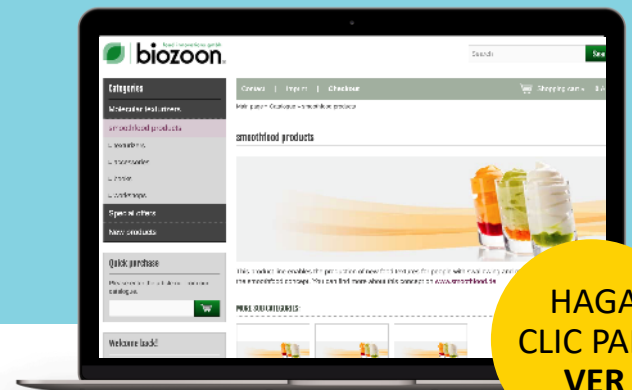
Bia-at-Home, a través de su servicio, está apoyando a la comunidad de personas mayores a vivir la vida independiente a la que se esfuerzan por aferrarse. La empresa también es ejemplar en el uso de su sitio web ... es fácil de navegar y muy informativo y tiene opciones fáciles de seleccionar. Para las 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, los consumidores reciben 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 ancianos como a los cuidadores familiares. Biozoon ofrece talleres regularmente para ayudar con esto. El desafío logístico de las residencias de ancianos 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.

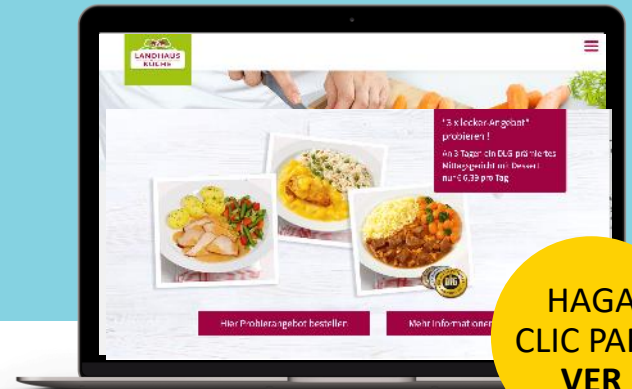
La tecnología de impresión de alimentos tiene un gran potencial como recurso y la creación de moldes ayuda a preservar la apariencia de los alimentos, estimulando así el apetito de los consumidores y mejorando el grado de aceptación. Existe una oportunidad para sistemas de TI, para registrar y procesar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



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.

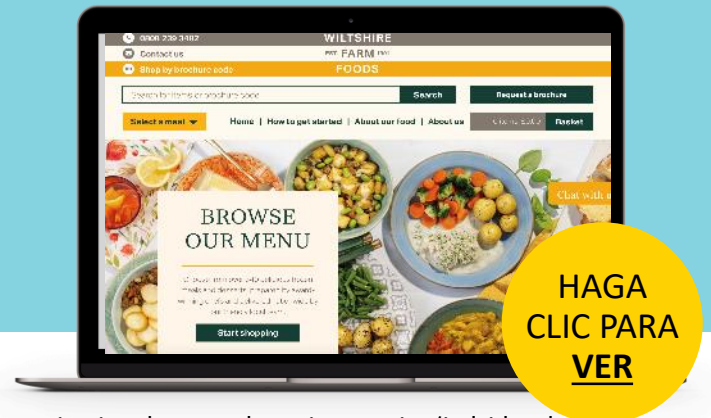
Retos y transferibilidad:

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 consumidores 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 consumidores, 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 muchos consumidores, 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 los consumidores. 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 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 consumidores 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.

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 FPO de 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

