

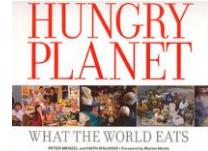
Hábitos alimentarios, factores que los determinan y tendencias.

The Food Industry- "A Powerful Platform for Prevention"

Ángeles Carbajal Azcona
 Dpto de Nutrición y Ciencia de los Alimentos
 Facultad de Farmacia, Universidad Complutense de Madrid
 carbajal@ucm.es
<https://www.ucm.es/nutricioncarbajal/>
<https://www.ucm.es/innovadieta/>
<https://www.ucm.es/innovadieta/encuestas>
<https://www.ucm.es/innovadieta/i>

Hungry Planet: What the World Eats (2005)
 Peter Menzel, Faith D'Aluisio
<http://www.menzelphoto.com/books/hp.php>

Reportaje fotográfico de la comida que consumen en una semana
 30 familias de 24 países
<http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=5005952>


HUNGRY PLANET
 WHAT THE WORLD EATS
 PETER MENZEL, JEFFREY MAYER, FAITH DALUISIO / FOTOGRAFÍAS DE Peter Menzel

www.ucm.es/data/cont/docs/429-2013-07-21-HabitosAlimentariosMundo-innovadieta-comp.pdf

Angeles Carbajal Azcona – Universidad Complutense de Madrid – <https://www.ucm.es/nutricioncarbajal/>

Hábitos alimentarios

¿Qué comemos?
 ¿Por qué comemos lo que comemos?
 ¿Cuáles son las repercusiones nutricionales y en el estado de salud?


 ¿Qué interés tiene para la industria?
 Importancia del estudio del comportamiento del consumidor como punto de partida para el diseño de productos y de las estrategias de marketing.

Cristina Olarte – Universidad de La Rioja
http://www.innovariosa.tv/docs/1691/Cristina_Olarte.pdf

Angeles Carbajal Azcona – Universidad Complutense de Madrid – <https://www.ucm.es/nutricioncarbajal/>

La industria alimentaria deberá jugar un rol clave ya que el 85% de los alimentos se consumen en forma transformada (primera y segunda transformación) y, por tanto, la industria alimentaria es la responsable de la producción, investigación, desarrollo e innovación de los alimentos que la población consume.
www.empresanestle.es/corporativa/documentos/documentos/china/2-foro-nestle-cic-pioneros.pdf

- **La industria alimentaria** tiene un papel destacado en la mejora de la salud, el bienestar y la calidad de vida de las personas, y debe adquirir un compromiso activo ante los retos nutricionales.

El sector alimentario y los retos nutricionales del siglo XXI, Nestlé, 2014

Angeles Carbajal Azcona – Universidad Complutense de Madrid – <https://www.ucm.es/nutricioncarbajal/>

Uno de los objetivos del marketing es influir en el modo de pensar y de actuar de los consumidores (...).

Para poder influir en el qué, el cuándo y el cómo del comportamiento de compra de los consumidores tendremos que entender primero el porqué.

(Kotler, 2004)

En qué consiste el estudio del Comportamiento del Consumidor

- Analizar **cómo** los individuos **toman decisiones** para gastar sus recursos disponibles (dinero, tiempo, esfuerzos) en asuntos relacionado con el consumo.
- Estudiar **qué** compran, **cuándo, dónde**, con **qué frecuencia** lo compran y lo usan, buscando identificar **por qué** compran y **qué factores influyen** en sus decisiones.

Cristina Olarte – Universidad de La Rioja
http://www.innovarla.es/docs/1891/Cristina_Olarte.pdf

Angeles Carbajal Azcona – Universidad Complutense de Madrid – <https://www.ucm.es/nutricioncarbajal/>

COMPRENDER LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE COMIDA Y BEBIDA

Más allá de las necesidades nutricionales, nos nutrimos de sentido y de síntesis. A través de este proyecto pretendemos abordarlos abarcando todo con el fin de desarrollar productos y soluciones localmente relevantes.

> DESCUBRIR

COMPRENDER LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

En cada país, el contexto alimentario y sanitario varía ampliamente. Es cierto que la salud es un factor importante en la medida en la que se satisface una necesidad corporal. Sin embargo, a la hora de evaluar las necesidades no limitarnos a evaluar qué come la gente. Esto también implica identificar los modos de interacción social, cómo se organiza la vida cotidiana y qué motivos se ocultan detrás de tales votos: elecciones. Porque, más allá de las necesidades nutricionales, también nos alimentamos de sentido y de símbolos.

NUTRIPLANTE: UNA COMBINACIÓN DE TRES ACTIVOS EN EL ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN

ESTUDIOS NUTRICIONALES	53	INVESTIGACIONES	15	ESTUDIOS SOCIALES	10
ESTUDIOS NUTRICIONALES	15	ESTUDIOS SOCIALES	10	ESTUDIOS SOCIALES	10

Emmanuel Faber, Consejero delegado de DANONE

LA DIETA NO ES UNIFORME EN TODO EL MUNDO, SINO QUE ESTA ARRIGADA EN LAS TRADICIONES CULTURALES Y SOCIALES.

“

Angeles Carbajal Azcona – Universidad Complutense de Madrid – <https://www.ucm.es/nutricioncarbajal/>

R&D AND INNOVATION

Innovation key to greater consumer choice

#1
Ready-made meals is the most innovative food sector in Europe

Pleasure
Leading driver of food innovation

- Drivers of innovation can be checked into 15 trends, grouped along five axes, corresponding to general consumer expectations: pleasure, health, physical, convenience and ethics.
- Pleasure, including variety of senses and indulgence, was the top trending axis with a 58% share in 2015.
- Ready-made meals are leaders in innovation in 2015, pushing soft drinks to third place. Dairy products stay at the second place.

Data & Trends, EU food and drink industry, 2016
http://www.fooddrinkeurope.eu/uploads/publications_documents/Data_and_trends_Interactive_PDF_NFW.pdf

Angeles Carbajal Azcona – Universidad Complutense de Madrid – <https://www.ucm.es/nutricioncarbajal/>

How often do you purchase the following foods that promote specific health benefits?

Global Average

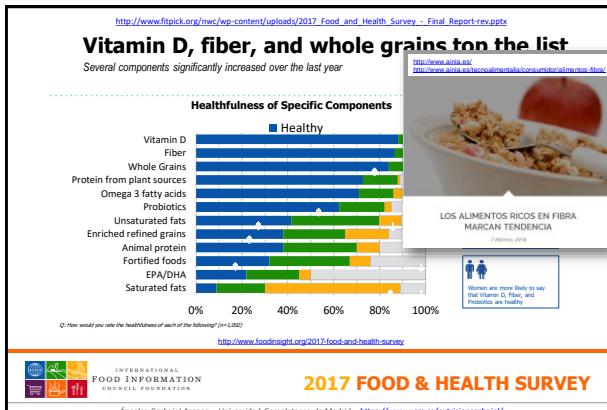
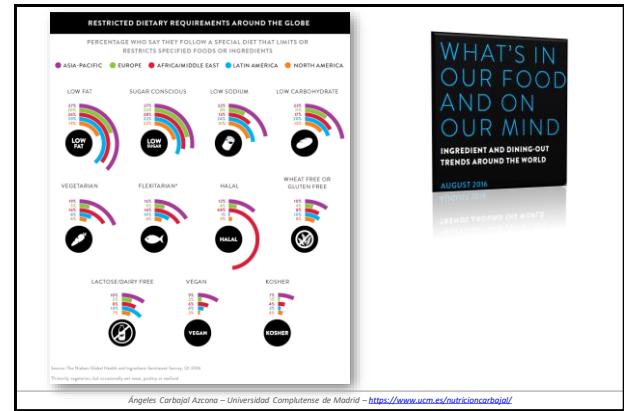
Never Rarely Occasionally Regularly

Food Type	Never (%)	Rarely (%)	Occasionally (%)	Regularly (%)
Whole grain, high fiber products	35%	36%	37%	31%
Yoghurts with Acidophilus cultures / probiotics	27%	36%	19%	18%
Iodine enhanced cooking salt	34%	24%	19%	24%
Cholesterol reducing oils and margarines	23%	23%	23%	21%
Fermented drinks containing 'good' bacteria	19%	24%	23%	24%
Fruit Juices with added supplements	19%	33%	24%	24%
Bread with added calcium or other vitamins	17%	34%	23%	26%
Milk with added supplements/vitamins	18%	29%	22%	31%
Cereal with added folate	14%	21%	27%	28%
Soy Milk	18%	25%	19%	18%

Source: Nielsen Global Omnibus Survey, Q3 2011

A Nielsen Report
Battle of the Bulge & Nutrition Labels Healthy Eating Trends Around the World January 2012

Angeles Carbajal Azcona – Universidad Complutense de Madrid – <https://www.ucm.es/nutricioncarbajal/>



*Este es el gran reto
Enfermedad compleja
Dieta compleja*

Los hábitos alimentarios y sus determinantes son complejos y cambiantes

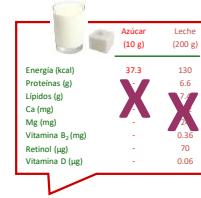
Dietá optima

Objetivo:

Angeles Carbajal Azcóna – Universidad Complutense de Madrid – <https://www.ucm.es/nutricioncarbajal/>

“Una dieta equilibrada y saludable, sólo es equilibrada y saludable si se come”

(Buss et al., 1985; ADA, 2000; Mann & Truswell, 2002)



Angeles Carbajal Azcóna – Universidad Complutense de Madrid – <https://www.ucm.es/nutricioncarbajal/>

“Una dieta equilibrada y saludable, sólo es equilibrada y saludable si se come”

(Buss et al., 1985; ADA, 2000; Mann & Truswell, 2002)

RISKS VS BENEFITS OF LEAST-RESTRICTIVE DIETS

A liberalized approach to diet prescriptions, when appropriate, can enhance both quality of life and nutritional status.

Am J Clin Nutr. 2005 Dec;72(6):1955-65

*Importancia de:
• Gourmet
• Gastronomía,
• Palatabilidad,
• Hábitos alimentarios*

Angeles Carbajal Azcóna. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

Hábitos alimentarios

“Las tendencias de individuos y grupos a seleccionar, preparar y consumir determinados alimentos en respuesta a presiones sociales y culturales”

Margaret Mead, 1973 – [1901-1978]

(Carbajal, 1987)
<http://prints.ucm.es/21787/>



Angeles Carbajal Azcóna – Universidad Complutense de Madrid – <https://www.ucm.es/nutricioncarbajal/>

Algunos objetivos del estudio de los HA

- Identificar modelos de consumo y alimentos suministradores de nutrientes
- Localizar grupos de población en riesgo
- Establecer relación dieta-salud
- Programar dietas
- Analizar evolución, tendencias de consumo e influencia de factores socioeconómicos,....
- Determinar alimentos idóneos para fortificación
- Dirigir la investigación y la reformulación de productos
- Información para la industria agro-alimentaria

(Carbajal, 1987)
<http://eprints.ucm.es/21787/>

Ángeles Carbajal Azcón – Universidad Complutense de Madrid – <https://www.ucm.es/nutricioncarbajal/>

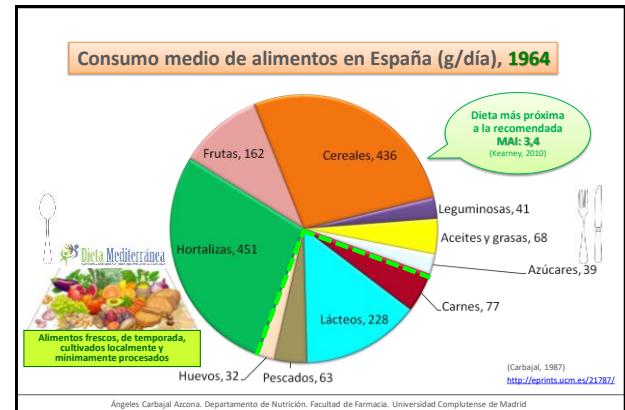
¿Qué comemos en España y por qué?

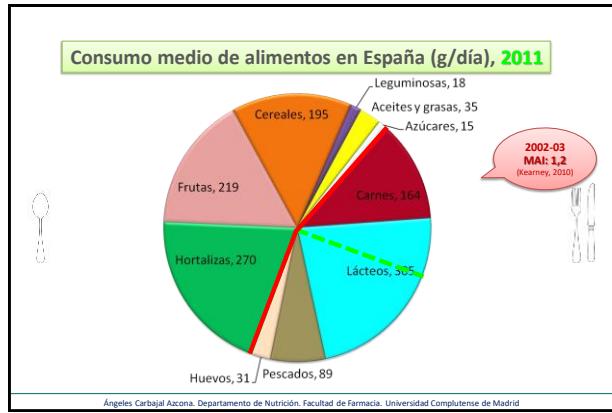
Ángeles Carbajal Azcón – Universidad Complutense de Madrid – <https://www.ucm.es/nutricioncarbajal/>

De dónde proceden los datos

- **Encuestas nacionales**
- Hojas de balance de FAO
- ENNA:
- Ingesta de alimentos, energía y nutrientes en España, 1964-1991 - ENNA 1,2,3 - Texto
- Ingesta de alimentos en España, 1964-1991 - ENNA 1,2,3 - Tablas
Buscar en: <https://www.ucm.es/nutricioncarbajal/informacion-nacional>
- **Encuestas familiares**
- ENNA: Estudio Nacional de Nutrición y Alimentación: 1964-1981-1991 (Varela y col., 1995)
- MAPA: Panel de consumo 2000-2008 (del Pozo y col., 2012)
- Más encuestas: <https://www.ucm.es/innovadelta/encuestas>
- Fuentes de información sobre el consumo alimentario en España y Europa, 2015
- **Encuestas individuales**
- ENIDE: 2011, 3.000 encuestas, representativa, transversal, >18 años (AESAN, 2012)
- ENRICA: 2008-2010, 12.948 personas, representativa, transversal, >18 años (León-Muñoz y col., 2012)
- SUN: 1999-2010, 15, 535 personas, longitudinal, 38±12 años (Martínez-González y col., 2012)
- Otras no representativas

Ángeles Carbajal Azcón – Universidad Complutense de Madrid – <https://www.ucm.es/nutricioncarbajal/>





Consumo en Comunidades Autónomas (g/día) (ENNA-3)

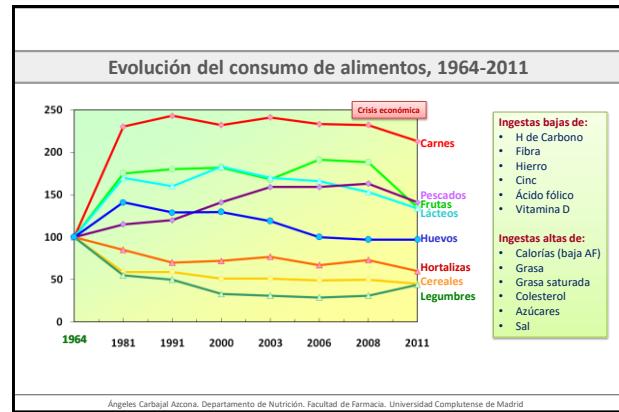
	Máximo	Mínimo	Ratio
Cordero	36.3 (Aragón)	1.9 (Canarias)	19.1
Vísceras	17.4 (La Rioja)	1.5 (Canarias)	11.6
Vacuno	56.9 (Galicia)	9 (Murcia)	6.3
Cerdo	49.6 (Galicia)	9.3 (Cantabria)	5.3
Pollo	74.6 (C. Valenciana)	31.1 (Cantabria)	2.4
Embutidos	46.9 (Castilla-La Mancha)	22.8 (Cantabria)	2.1
Huevos	48.0 (La Rioja)	22.6 (Baleares)	2.1
Pan	196 (Galicia, Murcia)	114 (Canarias)	1.7
Patatas	301 (Galicia)	66 (La Rioja)	4.6

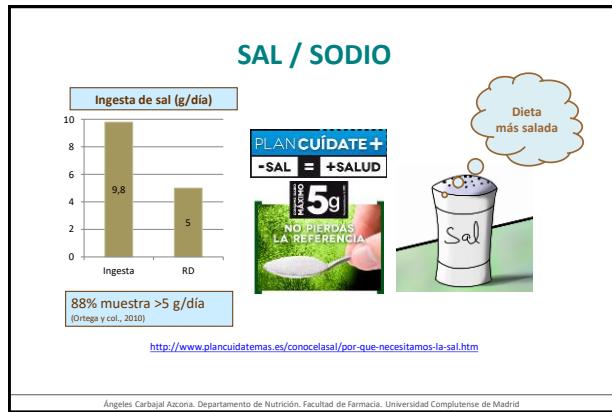
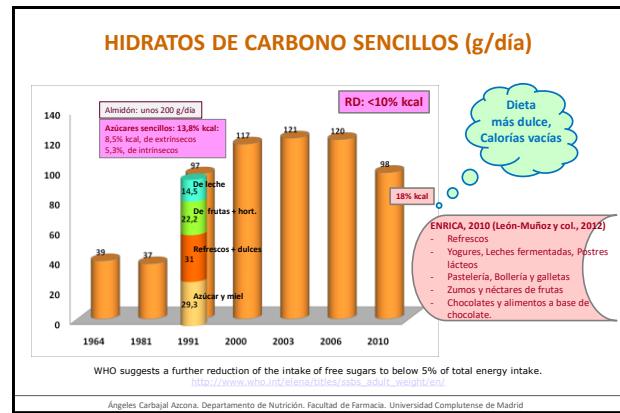
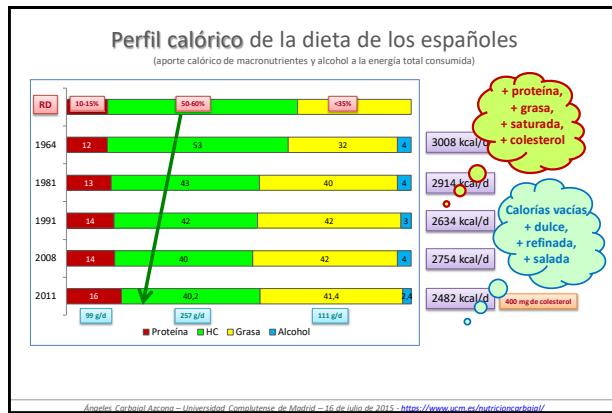
(Carbo, 1997)
http://ennas.alm.es/2170/

Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

Teníamos una de las mejores dietas,
Pero ... No vamos por el buen camino ...

Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid





Inadequación de la dieta en Europa: mujeres, adolescentes y niñas

	ALTO	BAJO
Ninas 5-9	proteína, grasa, GS, azúcar, sal	PUFA, vit. D
Ninas 10-14	grasa, GS, azúcar, sal	vit D, folate, hierro
Adolescentes	grasa, GS, azúcar, sal	vit D, folate, hierro, PUFA, magnesio, iodo
Adultos	grasa, GS, azúcar, sa	calcio, magnesio y hierro
Ancianos	grasa, azúcar, sal	vit D, α-tocopherol, folate, calcio, magnesio, hierro

Plan de ACCIÓN Europeo sobre alimentación, Actividad Física y Obesidad. División de Enfermedades Non-transmisibles –OMS Europa
http://www.euro.who.int/AECOSAN/docs/documents/nutricion/1_jeap_Presentation_NAOIS_4-NOV_2014.pdf



Source: European Nutrition Report
 2009

Ángeles Carbajal Azcona – Universidad Complutense de Madrid – <https://www.ucm.es/nutricioncarbajal/>

¿Cuáles son las consecuencias?

La dieta actual de los países desarrollados es:

- Nutricionalmente desequilibrada, poco saludable
- Socialmente injusta
- Moralmente inaceptable
- Ecológicamente insostenible

(Riechman, 2015)



Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

¿Por qué estos cambios?
 ¿Por qué estas diferencias?



Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

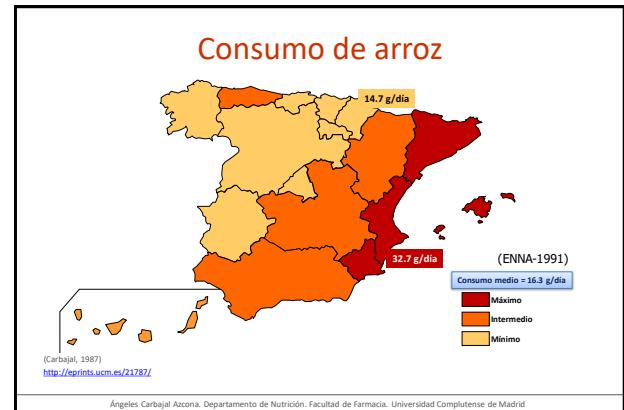
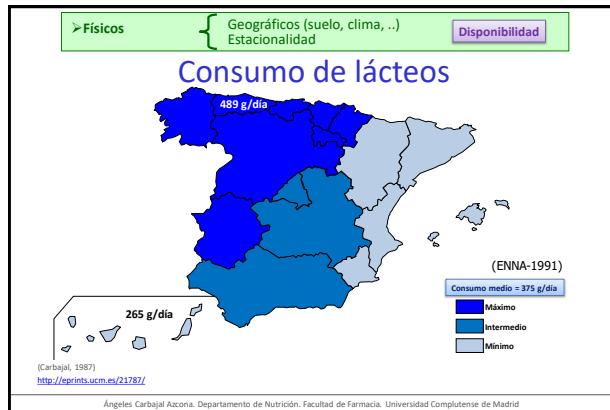
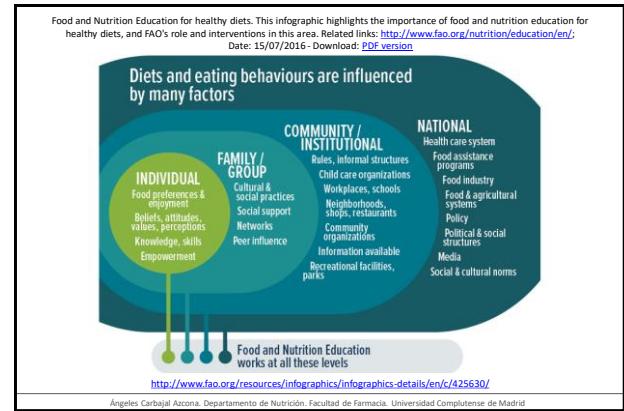
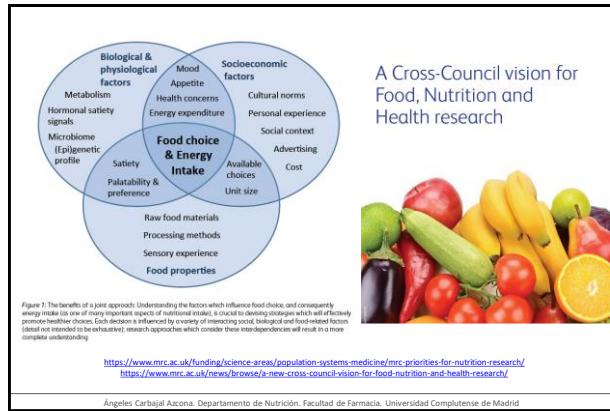
Factores que condicionan los hábitos alimentarios



(Carbajal, 1987)

<http://eprints.ucm.es/21287/>

Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid



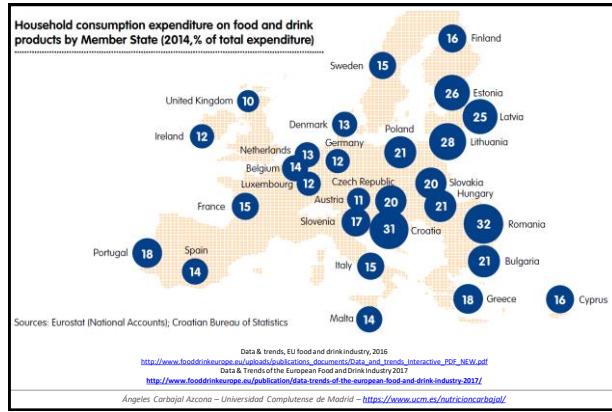
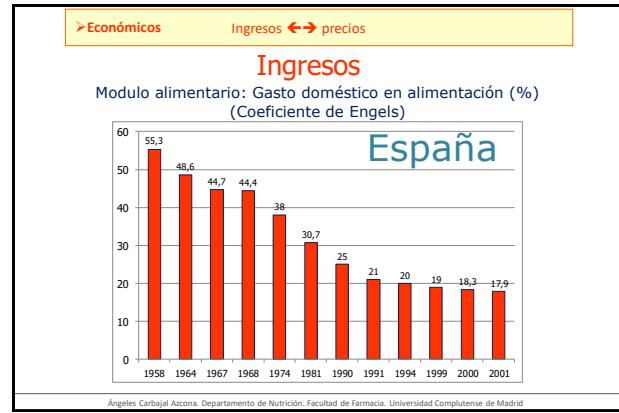
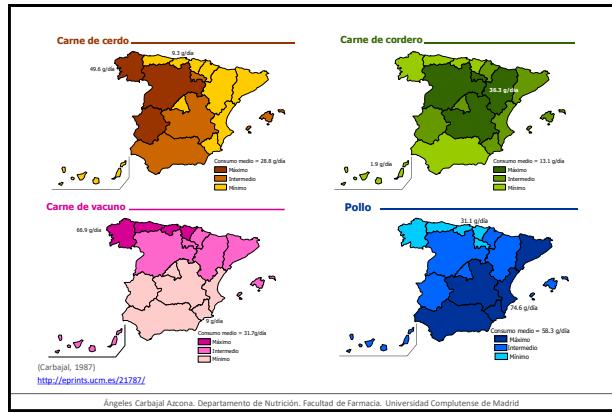
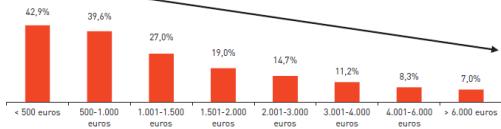


Figura 46. Porcentaje de los ingresos destinado a la alimentación en función de la renta del hogar



Varela G, Serrano M, Alonso E, García A, Achón M. Alimentación y sociedad en la España del siglo XXI. Fundación MAPFRE, 2015.
[Alimentación y sociedad en la España del siglo XXI](#)

Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

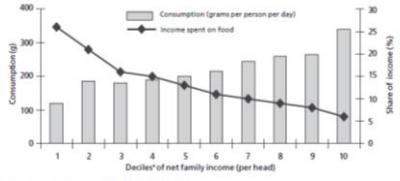
Figura 48. Porcentaje de los ingresos dedicado a la alimentación en función de la edad



Varela G, Serrano M, Alonso E, García A, Achón M. Alimentación y sociedad en la España del siglo XXI. Fundación MAPFRE, 2015.
[Alimentación y sociedad en la España del siglo XXI](#)

Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

Fig. 3. Relationship of income to consumption of fresh fruit and vegetables and the share of income spent on food

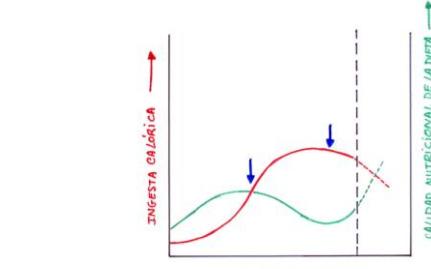


* 1 = lowest incomes; 10 = highest incomes.
Source: Department for Food, Environment and Rural Affairs (18).

<http://www.euro.who.int/document/e28578.pdf>

Ángeles Carbajal Azcona – Universidad Complutense de Madrid – <https://www.ucm.es/nutricioncarbajal/>

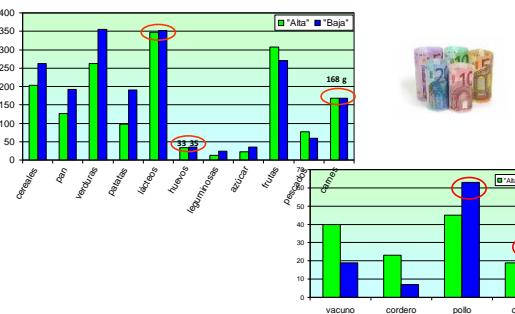
Relación entre ingresos y calidad nutricional de la dieta



(Carbajal, 1987)
<http://eprints.ucm.es/21787/>

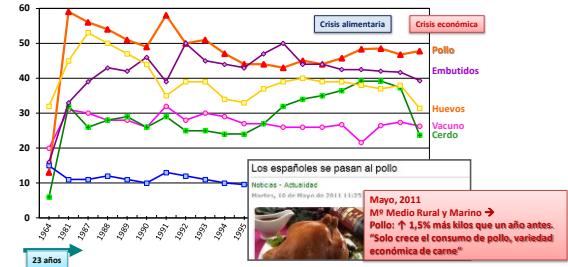
Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

Valoración subjetiva de la situación económica del hogar (g/día)



Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

CARNES y HUEVOS (g/día)



Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

Pollo: la carne "más sana y menos grasa"
Alternativa a carnes más grasas

Estudio Roche (2002)
8000 hombres y mujeres de 34 a 62 años

% de la muestra que considera:	Ternera	Cerdo	Pollo	No indica
"La carne más sana"	30.6	7.5	53.5	8.4
"La carne más grasa"	4.4	90	2.5	3.1
"La carne más gustosa"	40.6	44	11.4	4.0
"La carne más nutritiva"	60.1	20.2	12.1	7.6

Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

➤ Económicos Ingresos ↔ precios

Precios

➤ Prestigio del alimento

➤ Atractivo del alimento ("snob appeal"):
cava, caviar, angulas, algún tipo de carne

➤ Indicadores de calidad
(precio mínimo de seguridad) (ofertas?)

Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

Bolsillos insalubres, dietas desequilibradas

13-nov-2008

Comer frutas y verduras resulta más caro que alimentarse de grasas

Schreder opina que la dieta mediterránea, basada en un elevado consumo de cereales, frutas, verduras, hortalizas y legumbres, reduce en un 30% el riesgo de enfermedades sencillas que una dieta más grasa, pero similar en cantidad de hidratos, con más aceite y menos aceites vegetales. Los resultados de un estudio de la Universidad de Münster, dirigido por el profesor Schneider, investigador del Instituto Médico Münster (IMM) de Barcelona, demuestran que los habitantes de la dieta mediterránea gastan al día 7,9 euros en comida, mientras que con una dieta rica en grasas y aceites, con más grasa y menos frutas y verduras, gasta 6,7 euros.

Los mayores seguidores de la dieta mediterránea tienen una menor tasa de obesidad que los que siguen una dieta más grasa, pero similar en cantidad de hidratos, con más aceite y menos aceites vegetales.

«La educación y la información permiten hacer que la gente tome mejores decisiones», dice Lai-Serng Majem, candidata a las elecciones europeas por el Partido Popular Europeo en Las Palmas, reconocida como la primera en cuantificar el efecto social de la dieta mediterránea. «En la actualidad, se ha visto que las personas más ricas y más jóvenes están tomando una mayor incidencia de enfermedades, algunas de las cuales son las que más se asocian con la obesidad y las enfermedades crónicas».

Una cifra a tener en cuenta es que el 20% de las personas más ricas tienen una menor tasa de obesidad que el 20% de las personas más pobres.

«Una dieta sana cuesta al día 7,6 euros. Una dieta menos sana, 6,7 euros

A menor nivel de estudios, menor frecuencia de ejercicio físico

Disponer de buena información permite comprar mejor y más barato

Un menor gasto en alimentos se traduce en más tiempo libre para otras actividades. La OMS afirma que «las políticas económicas, la disponibilidad, la accesibilidad, el precio y el consumo social y cultural de los alimentos y bebidas contribuyen al aumento en el consumo de calorías y azúcares en detrimento de la fruta y las verduras». La OMS también reconoce que el aumento en el consumo de calorías y azúcares se traduce con más probabilidades de obesidad y diabetes.

«El consumo de frutas y verduras es más saludable, con más vitaminas y minerales, y con menos calorías y azúcares. Una dieta sana es más barata y más saludable».

Mayores dificultades para comer saludablemente:

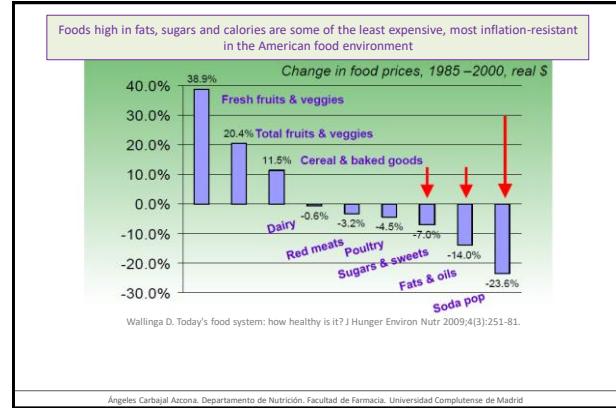
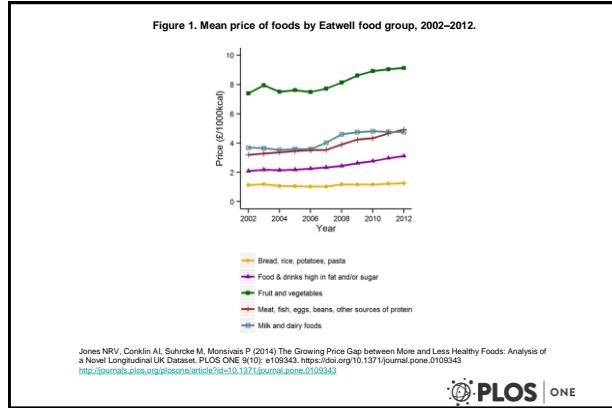
- Los alimentos más sanos: más caros
- Los alimentos menos sanos: más baratos

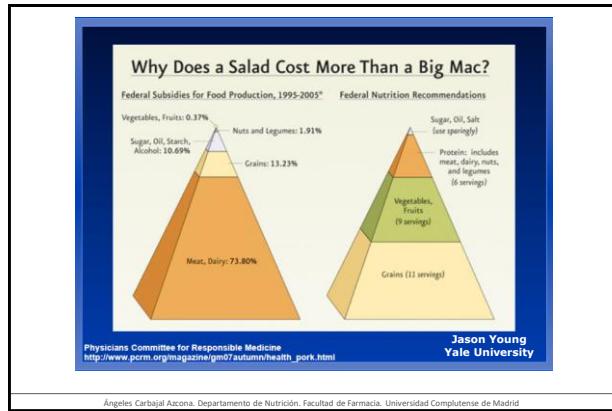
Angeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

The effects of pricing are complex, as shopping influenced by a range of concerns about taste, value, convenience and social acceptability and the preferences of partners and children.²⁷ However, price is the most important feature in buying food for over a third of customers.²⁸ There is a commonly cited barrier to consuming a healthier diet.²⁹ Research suggests that spending per calorie has dropped 5% since 2008. Frozen food and ready meal sales increased 11% and 25% respectively between 2011 and 2013,³⁰ while fruit and vegetable purchases have decreased since 2007.³²

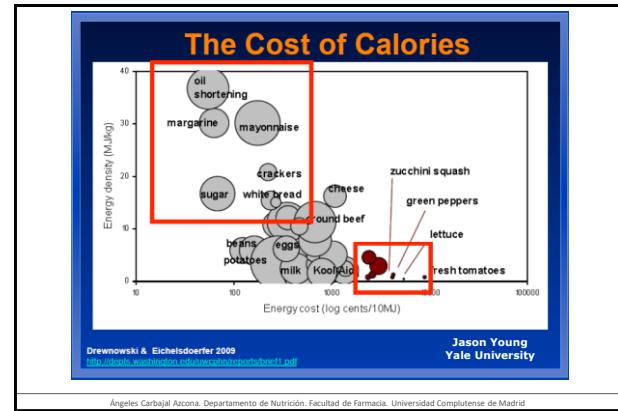
http://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/PQS_T.PN.0532/PQS.T.PN.0532.pdf

Angeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid





Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid



Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

¿Qué opinas sobre la fiscalidad de alimentos como una medida para modificar/modular hábitos alimentarios?

¿Qué opina la industria?

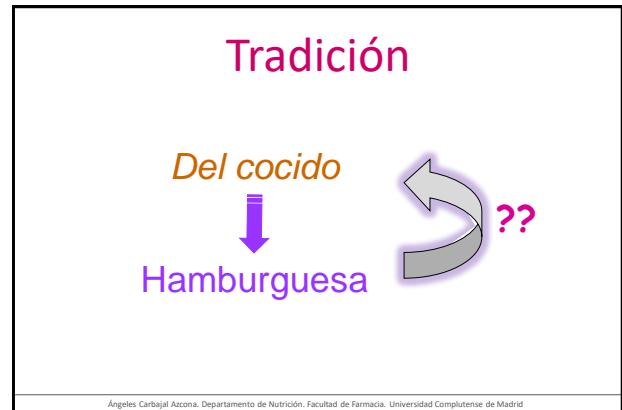
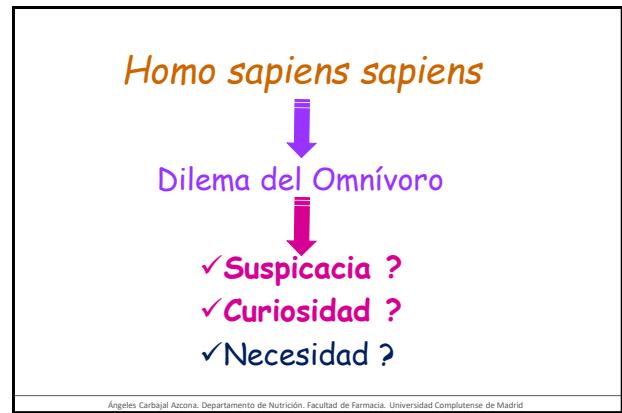
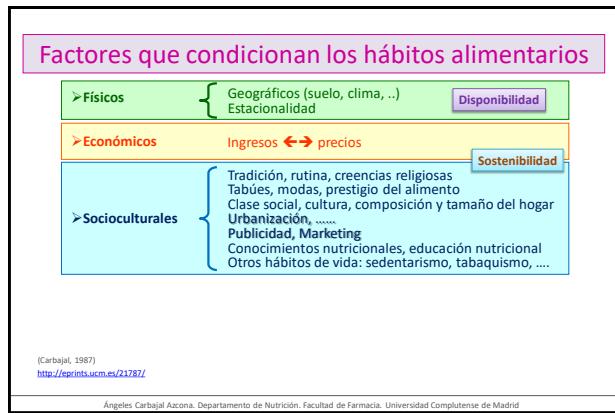
Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

<https://www.ucm.es/innovadieta/f>

- Fiscalidad de alimentos
- A systematic review of the effectiveness of taxes on non-alcoholic beverages and high-in-fat foods as a means to prevent obesity trends. 2013
- Assessing the potential effectiveness of food and beverage taxes and subsidies for improving public health: a systematic review of prices, demand and body weight outcomes. 2013
- Cuestionando la efectividad de los impuestos a alimentos como medida de lucha frente a la obesidad. 2014
- Foods and diet patterns cost more than less healthy options? A systematic review and meta-analysis. 2013
- Impuestos a las bebidas azucaradas en España y su posible impacto en la salud. 2014
- IVA de los alimentos en Europa. OCDE. 2012
- Evidence that a tax on sugar sweetened beverages reduces the obesity rate: a meta-analysis. 2013
- Fiscalidad de alimentos. Una oportunidad para la salud. FESNO. 2013
- Food-PRIC: Food Policy Review and Intervention Cost-Effectiveness. 2007. Tufts University
- Food pricing strategies, population diets, and non-communicable diseases: a systematic review of simulation studies. 2009
- Impuestos a las bebidas azucaradas en España y su posible impacto en la salud. 2014
- Review of the status of health-related taxes on food and drinks globally and in the UK. FRC. 2015
- Taxing Caloric Sweetened Beverages: Potential Effects on Beverage Consumption, Calorie Intake, and Obesity. USA. 2002
- Taxing Sugar-Sweetened Beverages: Not a "Holy Grail" but a Cup at Least Half-Cent on "Food Taxes: A New Holy Grail?" 2013
- The effect of rising food prices on food consumption: systematic review with meta-regression. 2013
- Un justo impuesto para no ensuciar la salud.
- WHO. 2015. Using price policies to promote healthier diets.
- WHO. 2016. WHO urges global action to curb consumption and health impacts of sugary drinks
- WHO. 2016. Fiscal policies for diet and the prevention of noncommunicable diseases



Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid



Contexto cultural, religioso, creencias, modas,

Funcional
Ecológico
Orgánico
"Gluten free"
Vegano
Nuevos alimentos
"Superfoods"
Texturas
Listo para llevar



Ángeles Carbajal Azcóna. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

4. Crecimiento de lo orgánico

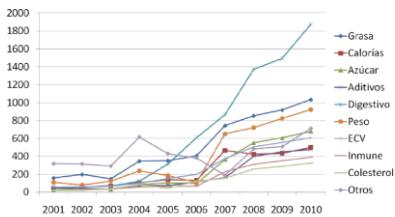
- El 67% de sus consumidores los prefiere por no tener pesticidas ni hormonas.
- La tasa de crecimiento de productos orgánicos en 2010 fue de 15%.
- En 2009 las ventas mundiales de productos orgánicos alcanzó los 40 mil millones de USD.



Tendencias actuales en alimentos funcionales: Mercado y legislación. Javier Morán
www.foodconsulting.es/ponencias/

Ángeles Carbajal Azcóna. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

Incremento del número de lanzamientos a nivel global de alimentos con declaraciones funcionales

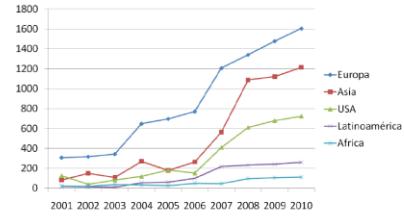


MINTEL

Tendencias actuales en alimentos funcionales: Mercado y legislación. Javier Morán
www.foodconsulting.es/ponencias/

Ángeles Carbajal Azcóna. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

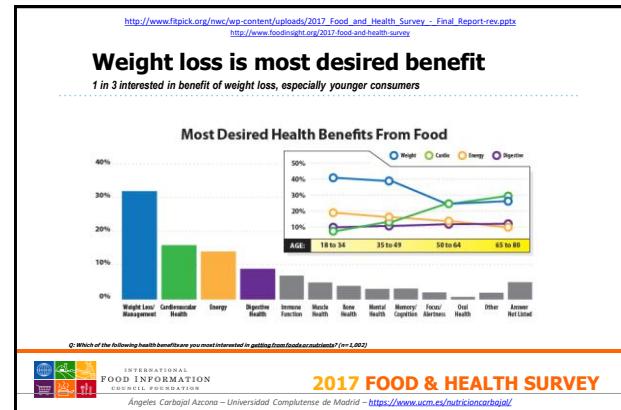
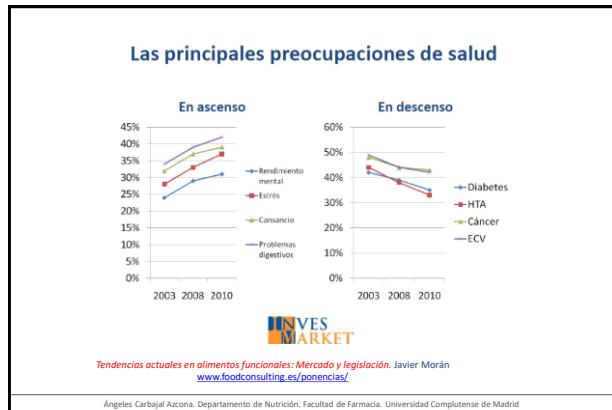
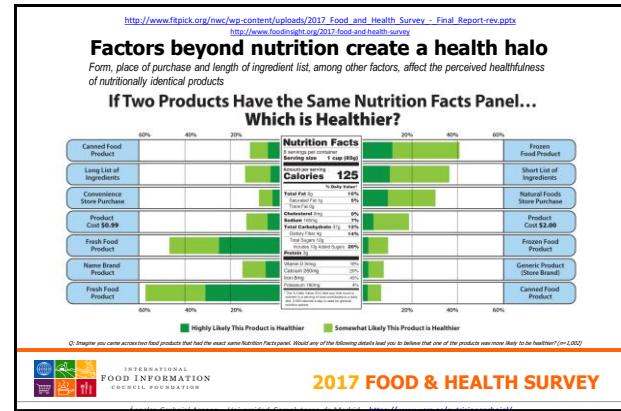
Incremento del número de lanzamientos por regiones de alimentos con declaraciones funcionales



MINTEL

Tendencias actuales en alimentos funcionales: Mercado y legislación. Javier Morán
www.foodconsulting.es/ponencias/

Ángeles Carbajal Azcóna. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid



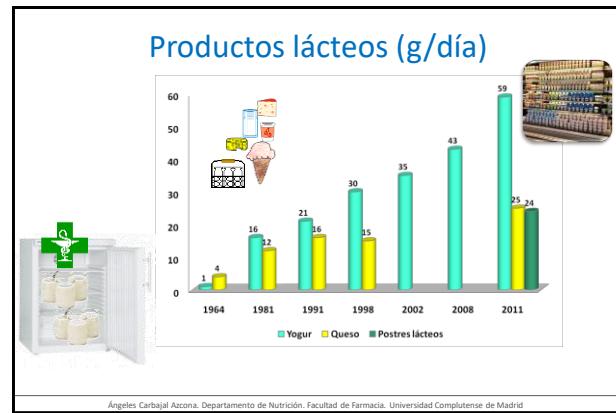
Industria y Publicidad

Ha cambiado nuestros hábitos de consumo y nuestro modo de vida

SE BUSCAN

POB MANIPULAR Y ENGAÑAR A LOS NIÑOS Y NIÑAS Y POR DAÑAR SUS HÁBITOS DE ALIMENTACIÓN

Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid



The Food Pyramid compared to advertising investments (Mil €)

Categoría	Investigación (Mil €)
Sweet	399
Beef	34
Chesse	88
Cookies	40
Fish	26
Poultry	15
Egg	0.9
Pork	0.8
Yogurt	76
Milk	22
Oil	12

Categoría	Investigación (Mil €)
Pasta	18
Bread	21
Potatoes	5
Rice	2
Legumes	0.1
Fruits	17
Vegetables	12

Note: the amounts are indicated in millions of euros.
Source: Nestlé, 2011.

Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

- ## Urbanización
- Cambio rural → urbano
 - Trabajo fuera del hogar, mayores ingresos
 - Poco tiempo para preparar comidas
 - Introducción de alimentos preparados
 - Nuevas técnicas de conservación y culinarias
 - Desaparece la tienda tradicional
 - Aparecen autoservicios, hipermercados
 - Cambia el modelo de compra
 - Pérdida de cultura gastronómica, de aprendizaje culinario, de hacer la compra
 - Globalización, mercado sin fronteras (Homogenización)
 - Comidas fuera de casa
 - Cambia el modelo dietético (cena, desayuno)
 - Establecimientos de comida "rápida"
 - El hombre también se ocupa de la cocina
 - Reducción del tamaño familiar. Gente mayor, gente que vive sola, distintos horarios
 - Proximidad de otras culturas (inmigración, turismo)
 - Programas de cocina de TV y blogs de recetas
 - Preocupación por la salud
 - Etiquetado nutricional, alegaciones de salud, alimentos funcionales, nuevos alimentos, ...
- Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

Cultural changes

- Globalization
- Losing our tradition of cooking



Jason Young
Yale University

Ángeles Carbajal Azcona – Universidad Complutense de Madrid – <https://www.ucm.es/nutricioncarbajal/>

7. Lo "ready to eat" se lleva

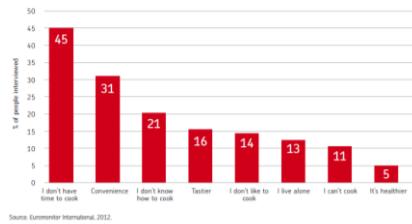
- La gente con horarios ajustados y cada vez más ocupada busca comida lista para comer, fresca, como ensaladas, verduras preparadas, platos individuales, etc.
- Consumidores frecuentes de comidas preparadas en el mundo son Asia (23%), USA (19%) y Europa (14%).



Tendencias actuales en alimentos funcionales: Mercado y legislación. Javier Morán
www.foodconsulting.es/ponencias/

Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

Reasons that push people to buy ready-to-eat foods



Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

13 Retweets 6 likes por 6
Andreu Escrivà @AndreuEscrivà - 14 feb.
La única cebolla que hace llorar sin tener que cortarla.



Gracias por este monumento al absurdo y al desperdicio. @CarrefourES.

Mostrar este hilo



Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

Portion Distortion II Interactive Quiz

20 Years Ago	Today
Calorie Difference: 360 calories	Calorie Difference: 360 calories
270 calories 5 cups	630 calories 11 cups
210 calories	333 calorías
590 calorías	500 calorías

http://hp2010.nhlbihin.net/oei_sv/menu.html#2

Angeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

This child was asked to draw a picture of her family eating their favorite meal together.
Courtesy of Cooking with Kids.

44 CHAPTER 2 Determinants of Food Choice and Dietary Change: Implications for Nutrition Education

- Super size me. Documental sobre consumo de raciones grandes. M Spurlock. 2004 | El cine como herramienta de educación para la salud (Gobierno de Aragón) | Alimentación | Supersize Me: A Discussion Guide for Educators (Ontario Society of Nutrition Resources)

<http://www.oms.es/fmeestudios/videos>
https://www.documetary.com/social/creademo-super-size-me-video_of11de427.html
<https://vimeo.com/206798137>

Angeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

EL PAÍS, sábado 14 de agosto de 2004
NECRÓLOGICAS

Julia Child, cocinera estadounidense

Cook!

2009

Her kitchen is probably the most famous kitchen in the world.
<http://www.boquetegourmet.com/tag/julia-child>

2013

Elena Santonja (1932-2006) - Con las manos en la masa

Angeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

Elena Santonja (1932-2006) - Con las manos en la masa

Angeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

Food bloggers: Bio keywords

Facebook Instagram Twitter
Healthy Recipes
Mom Writer Wife
Chef Cook Foodie
Eat Photography Living
Photographer Blog Lover Love Travel
Web Developer Enthusiast Instagram
Follow me on Instagram

7 de cada 10 internautas de todo el mundo confían en las opiniones que los consumidores cuelgan en Internet (Nielsen Global Online Consumer Survey)

El 46% de usuarios de Facebook y el 44% de Twitter los han utilizado para hablar de un producto o marca (The Impact of Social Media)

Sonia Riesco
Observatorio de Mercado, AZTI-Tecnalia

Tecnología, on-line shopping, E-commerce, app,

Analysis of 6,783 bios of self-identified food bloggers/vloggers | September 2017
<https://www.brandwatch.com/blog/react-food-influencers/>
[http://www.nielsen.com/content/dam/nielsenglobal/vn/docs/reports/2015/Nielsen%20Global%20E-Commerce%20and%20The%20New%20Retail%20Report%20Report%20APRIL%202015%20Digital.pdf](http://www.nielsen.com/content/dam/nielsenglobal/vn/docs/reports/2015/Nielsen%20Global%20E-Commerce%20and%20The%20New%20Retail%20Report%20APRIL%202015%20Digital.pdf)

Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

E-commerce—retail penetration

Compared to other industries, food and beverage is still building online usage

Industry	Online Penetration (%)
Commercial Food	4%
Prestige Beauty	15%
Toys	23%

Source: The NPD Group
Dollars Spent In-Store vs. Online
Full 30 Days Online Grocery Shopper

Online shoppers say approximately three-fourths of what they spend on groceries is spent in stores.

Spent in store: 76%
Spent online: 24%

© About how much do you spend on each type of food and beverage grocery purchase in a typical month? Response from a survey on online using a Web-based media source. For more details, see the NPD Group's 2017 Q4 Online Grocery Study, N=4,000.

Eating Patterns in America 2017

<http://www.cobank.com/-/media/Files/Cobank/Marketing/Events/2017/Meeting%20of%20Investors%20Presentations/2017q4CEO/Opennet%20Self%20-%20Retail%20Patterns%20in%20America%202017.pdf>

Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

Internet & Mobile App Orders have grown by leaps and bounds

Trend in Digital Traffic*

Año	Ordenes (millones)
2015	1,282,430
2016	1,282,430
2017	1,976,475

+54% '17 vs. '15

Source: The NPD Group(CREST™, YE February 2017—Total Restaurant Industry
*Digital Orders + Internet & Mobile App Orders (only includes off-premise dining occasions)

The NPD Group, Inc. | Proprietary and confidential

Eating Patterns in America 2017

<http://www.cobank.com/-/media/Files/Cobank/Marketing/Events/2017/Meeting%20of%20Investors%20Presentations/2017q4CEO/Opennet%20Self%20-%20Retail%20Patterns%20in%20America%202017.pdf>

Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

Millennials are playing a key role

24% of the population
29% of the GfK dollar

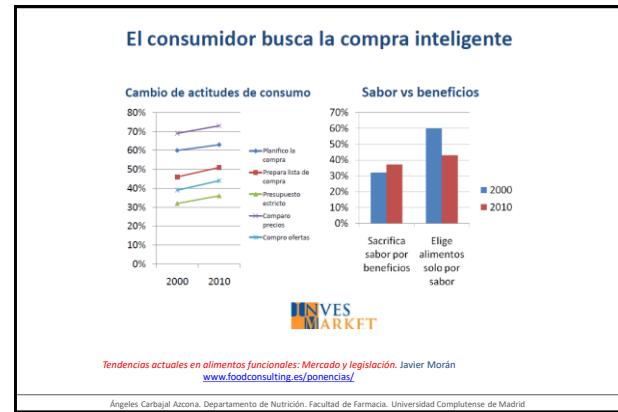
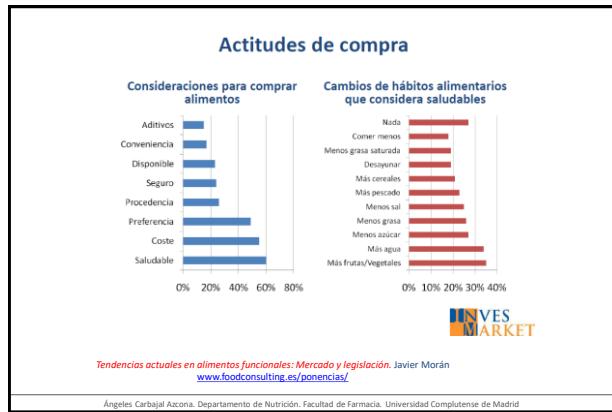
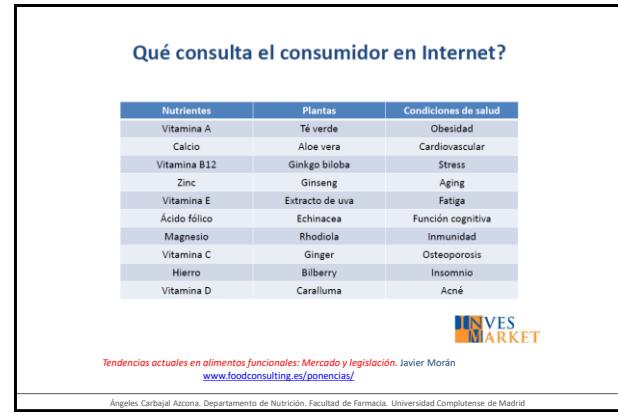
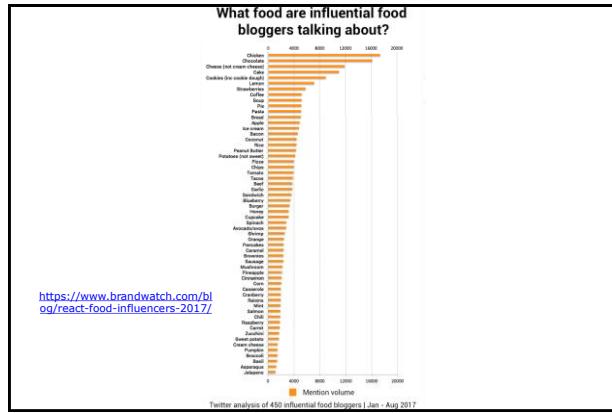
everything now

Source: Nielsen 2016
http://danneo.danneonewcomprod.s3.amazonaws.com/user_upload/investisseurs/Seminaire_investisseur/2017/Investor_Seminar_Et%20for%20innovation%20growth.pdf

Opennet 2017 - Investor Seminar

DANONE

Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid



El 91,2% de los españoles afirma que sólo consume alimentos que le gustan

Los consumidores españoles

- Sociedad tolerante, de libre mercado.
- Gran oferta variada de productos alimentarios.
- Los consumidores seleccionan con cierta libertad.
- Los individuos adoptan su particular estilo de vida.

Por qué no comemos mejor?

- Exigencias cotidianas: falta de tiempo (horarios laborales).
- Patrones de organización de la rutina (abandono de la cocina).
- Ejemplos: pastas, pizzas.
- Preferencias (incluyendo dietas).
- Disponibilidad de ingredientes.
- Falta de presupuesto.

ainia
centro tecnológico

SOLUCIONES TECNOLÓGICAS → APOYO A LA

Más del 55 por ciento de los Millennials prefiere el sabor dulce

<http://www.ainia.es/noticias/prems/mas-del-55-por-ciento-de-los-millennials-prefiere-el-sabor-dulce>

Tendencias actuales en alimentos funcionales: Mercado y legislación. Javier Morán
www.foodconsulting.es/ponencias/

32 / SOCIEDAD

EL PAÍS, domingo 21 de mayo de 2000

CONSUMO

Farmacias españolas ponen a la venta potitos para ancianos

El 50% de los mayores hospitalizados presenta síntomas de desnutrición

MARINA CENALDOA. Madrid
Por más tiendas para servir, elaboraciones y presentaciones de bollerías y, sobre todo, cereales, disueltas como alimento alternativo para el consumo de los mayores, se ha convertido la industria española, bajo la marca Resource, Novartis, la multinacional suiza que compró la italiana Nestlé, en uno de los principales constructores del consumo creciente. Datos de la Sociedad Española de Geriatría y Gerontología indican que el 40% de los mayores enfermos tienen hoy peso, que el 50%

Personas que tienen dificultades para comer a causa de alguna enfermedad crónica o de la edad, dentro de la dentadura, especialmente los mayores, que pierden la memoria y las facultades mentales, para beber sus dietas líquidas y para ingerirlos sin tragarlos. Los alimentos para enfermos han dado a los mayores una alternativa para sustituir un producto similar al infantil que no es apropiado para el consumo adulto.

Una de las tiendas elaboradas a base de cereales, fangos y aceites, que se presentan como un cereal o polvo, es ésta que los ensaladeristas y los restaurantes han comenzado a usar en sus platos para ancianos y discapacitados españoles. *«Antena Uno»*

manual vitaminizado y minerales que tiene un sabor más adulto que el de los potitos infantiles. El doctor Eduardo Farga, publicista de la marca, dice que el nombre de *Resource* y no *Nestlé* es porque el producto es hecho en colores, así que no es tan apetitoso para los ancianos, que tienen dietas especiales.

Las personas encargadas de resolver los contratiempos que tienen en casa a un mayor enfermo, tienen que ser conscientes de que la nutrición es exclusiva en farmacias porque los mayores no tienen la fuerza ni la voluntad de realizar una eucaristía en 500 farmacias, que muestra que garante para la alimentación de un anciano es la farmacia.

Certamente, que hasta un 40% de los mayores enfermos tienen bajo peso. Estos los enfermos que tienen una desnutrición que supera un 30%, está desnutrido. La otra parte, que es la que no tiene desnutrición, es que no tiene la voluntad de alimentarse de un anciano.

Poté y Papillas de Alto Poder Nutritivo para adultos

mayor deja de comer o alega que no paro demasiado grasa». Según el doctor Farga, «el problema puede provocar la muerte de una persona enferma, puesto que produce una desnutrición generalizada de todo el organismo», explica el experto.

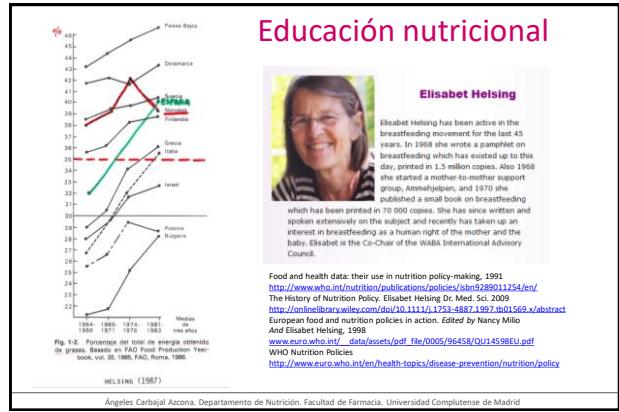
Los problemas de nutrición son muy comunes entre los ancianos que viven en los hogares que vienen a vivir con su familia. Los servicios públicos para llevarse una cuchara de la boca, la cuchara de la silla. Asimismo, lamenta que estos profesionales no tienen la suficiente preparación alimentaria, sin embargo, los asistentes «trabajan a tres de golpe». Una tarifa de 300 euros por persona, que incluye por 30 postres superventilados y 100 bebidas, para una persona que come de ocho a diez raciones, cuesta hasta 2.000.

Gasto sanitario

María Santurio une que el Instituto de Salud Carlos III estima que los mayores de 65 años consumen un 15% más de recursos sanitarios que los menores de 65 años. En consecuencia, el gasto sanitario, las mayores de 65 años, el 10% del presupuesto sanitario, consumo del 60% del gasto anual de la sanidad. Los mayores producen serias en poco tiempo tanto en la atención médica como en las farmacias. «Tienen más problemas que los jóvenes», dice José Antonio Sierra, jefe del departamento de geriatría del Hospital Universitario de Madrid. «La mayoría de las personas mayores tienen la alimentación de su infancia», dice el profesor. «Los hemos visto que comían lo mismo que en su infancia», dice el profesor. «Los hemos visto que comían lo mismo que en su infancia», dice el profesor.

Ángela Carbajal Aznar.

Dpto. de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid. <http://www.ucm.es/nutricion/antena>





MENU IDEAL

ANOREXIA NERVIOSA	CONTROLES
Verdura (aceglas, espinacas)	Pasta
Pescado a la plancha	Pollo asado con patatas fritas
Fruta	Postre comercial

- Núñez C, O Moreiras, A Carbajal. Algunos aspectos nutricionales de la anorexia nerviosa. En: Anorexia nerviosa y nutrición. Fundación Española de la Nutrición (FEN). Serie Informes nº 8:9-29. Ayala SL. Madrid. 1995 (ISBN: 84-605-2688-7). [En pdf](#)

Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid



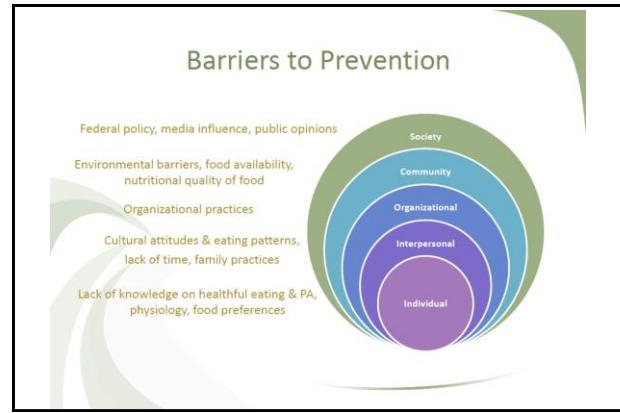
Si tenemos una de las mejores dietas,
¿Por qué no somos capaces de
mantener/cambiar los hábitos alimentarios?



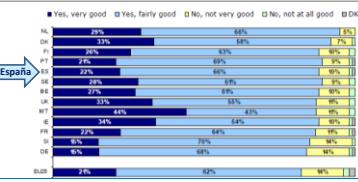
Gran resistencia al cambio: muchas barreras



Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid



¿Cree que lo que come es bueno para su salud?



EUROBAROMETER Nov-Dic, 2005

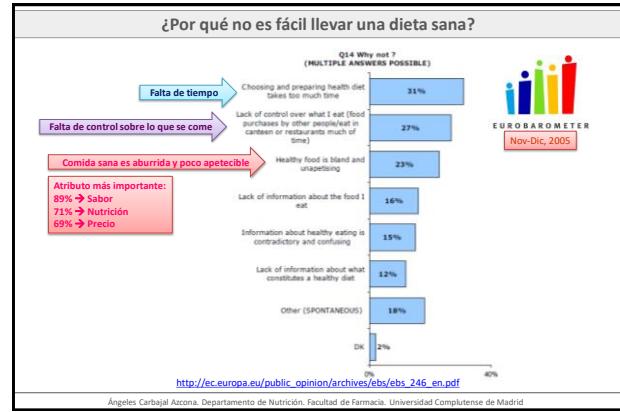
- España: 88% no cree necesario hacer cambios en su dieta
- Europa: 83%

"No se pueden conseguir mejoras en la dieta si el consumidor no reconoce que hay un problema"

(Dibsdall y col., 2003)

http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_246_en.pdf

Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid



Importancia del valor nutritivo y otros atributos de los alimentos

Porcentaje de personas que lo consideran "muy importante"

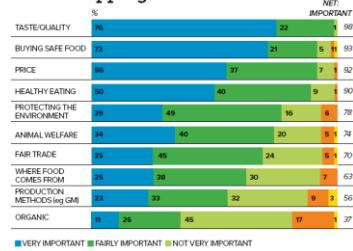
Atributo	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Nutrición	76	75	75	77	75	76	74	78	77	76
Sabor	87	88	90	89	91	90	90	88	87	89
Precio	64	66	71	75	74	70	69	66	66	64
Seguridad del producto	74	71	72	71	72	69	69	75	73	75
Almacenamiento	40	43	43	46	45	41	41	43	44	45
Tiempo de preparación	37	36	38	41	36	36	35	38	39	36
Facilidad de preparación	36	33	34	36	37	34	35	36	37	37
Envase reciclable	--	--	48	45	41	38	34	34	31	31

(Guthrie et al, 1999; Food Marketing Institute's Trends survey)

Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

Importance of different factors when shopping for food

UK. Sue Davies, 2012



■ VERY IMPORTANT ■ FAIRLY IMPORTANT ■ NOT VERY IMPORTANT ■ NOT AT ALL IMPORTANT ■ DONT KNOW

When shopping for food, how important would you say the following issues are to you when choosing what to buy
When all the people present at least once a month.

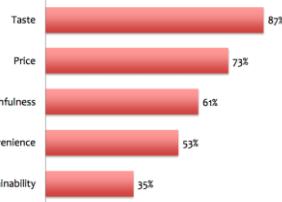


A pesar de la crisis, el sabor sigue siendo el principal criterio de compra de alimentos.
Para el 46,7% de los españoles los alimentos cada vez tienen menos gusto.
(Estudio "Los españoles y el Sabor 2009" Tryp Network – Consumolab)
Sonia Riesco
Observatorio de Mercado, AZTI-Tecnalia

Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

Factors Influencing Purchase Decisions

All (n=1,057)



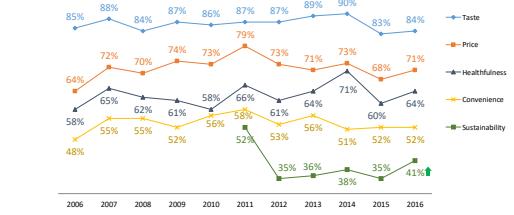
Source: International Food Information Council Food and Health Survey, 2012

- IFIC, 2011 Food & Health Survey: Consumer Attitudes Toward Food Safety, Nutrition & Health | Surveys
- www.foodinsight.org/Content/3851/FINAL%202011%20Food%20and%20Health%20Health%20Food%20Decision.pdf

Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

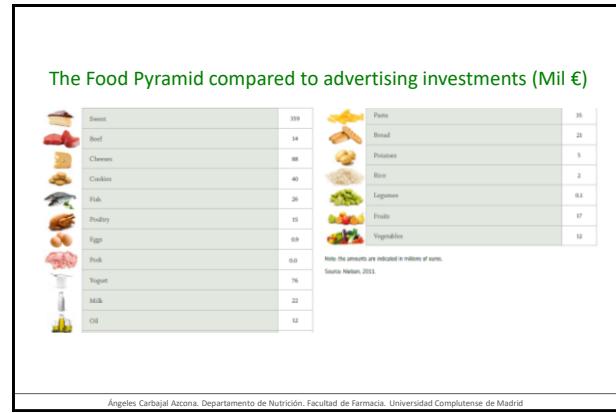
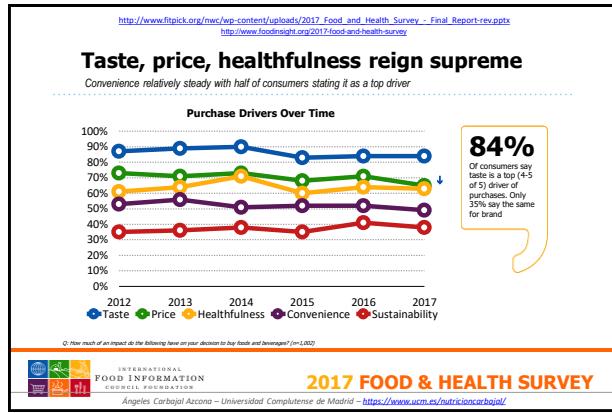
Taste continues to have the greatest impact on the decision to buy foods and beverages. Sustainability is up from 2015.

How much of an impact do the following have on your decision to buy foods and beverages?
(5 Rating 4 to 5 on 5 point scale, from No Impact to A Great Impact)



2016 n=1,003
Arrows indicate significant (95 level) differences vs. 2015.

International Food Information Council Foundation
2016 Food and Health Survey



Recomendación: (Boyle y Morris, 1999)

- ➔ Elija una dieta baja en grasa, grasa saturada y colesterol

Hábito alimentario:

- ➔ Elija preferentemente alimentos con poca grasa

Conocimientos y habilidades requeridas:

- ➔ Conocer las fuentes de grasa, AGS y colesterol (Tablas CA)
- ➔ Ser capaz de “interpretar” las etiquetas
- ➔ Conocer las técnicas culinarias que requieren poca grasa
- ➔ Saber adaptar y modificar recetas
- ➔ Saber qué alimentos pueden sustituir a los altos en grasa
- ➔ Saber “leer” los menús en los restaurantes

Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

¿Qué podemos hacer?

Ángeles Carbajal Azcona – Universidad Complutense de Madrid – <https://www.ucm.es/nutricioncarbajal/>

**El principal desafío no es
QUÉ hacer,
sino CÓMO hacerlo !!**

Información y Educación



Pekka Puska, Professor Director General, National Public Health Institute (KTL) President Elect, World Heart Federation (WHF) Vice President, Int. Ass. of National Public Health Institutes (IANPHI) FINLANDIA, St. Petersburg 11. 12.12.2007

Angeles Carbojal Azcona – Universidad Complutense de Madrid – <https://www.ucm.es/nutricioncarbojal/>

Pekka Puska
The North Karelia Project



"Theory + hard work"

The North Karelia Project: 30 years successfully preventing chronic diseases
https://www.idf.org/sites/default/files/attachments/article_593_en.pdf

Successful prevention of non-communicable diseases: 25 year experiences with North Karelia Project in Finland
http://www.who.int/chp/media/en/north_karelia_successful_ncd_prevention.pdf

The North Karelia Project in Finland: A societal shift favouring healthy lifestyles
<https://www.inspq.qc.ca/en/publications/1624>

THE NORTH KARELIA PROJECT: FROM NORTH KARELIA TO NATIONAL ACTION, 2009
<http://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/80109/731beafdb544-42b2-b853-baa87db6a046.pdf>

<http://ijphjournal.it/article/view/5884/5628>

<http://www.epi.umn.edu/cvdepi/study-synopsis/north-karelia-project/>

Angeles Carbojal Azcona – Universidad Complutense de Madrid – <https://www.ucm.es/nutricioncarbojal/>

The North Karelia Project

The practical intervention activities were integrated into the existing service structure and social organization of the area. In the original project plan, intervention activities were categorized as follows (Puska et al., 1981b):

- (1) General public information
 - mass media
 - health education materials
 - campaigns
- (2) Organization of services
 - primary health care
 - other health care
 - other services (schools, social services)
- (3) Personnel training programmes
 - health personnel
 - other personnel
 - lay leaders
- (4) Environmental changes
- (5) Information (monitoring) systems

Later, the intervention activities were often grouped under the following main categories:

- (1) Media activities (general media campaigns, etc.)
- (2) Health service activities (especially primary health care)
- (3) Community organization activities (campaigns and activities in partnership with various organizations in the community)
- (4) Environmental and policy activities (often introduced via community partnership activities, e.g. with food manufacturers).



Angeles Carbojal Azcona – Universidad Complutense de Madrid – <https://www.ucm.es/nutricioncarbojal/>

The Mediterranean paradox and the Finnish "miracle"

Bonacini et al. Thrombosis Research 129 (2012) 401–404

Annals of Nutrition & Metabolism

Ann Nutr Metab 2009;54(suppl 1):33–38
 DOI: 10.1159/000239825

Fat and Heart Disease: Yes We Can Make a Change – The Case of North Karelia (Finland)

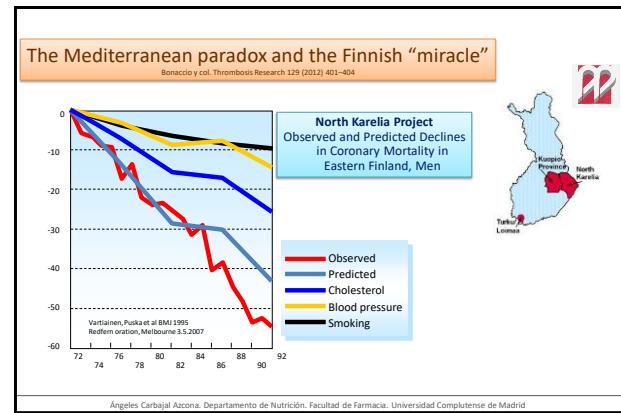
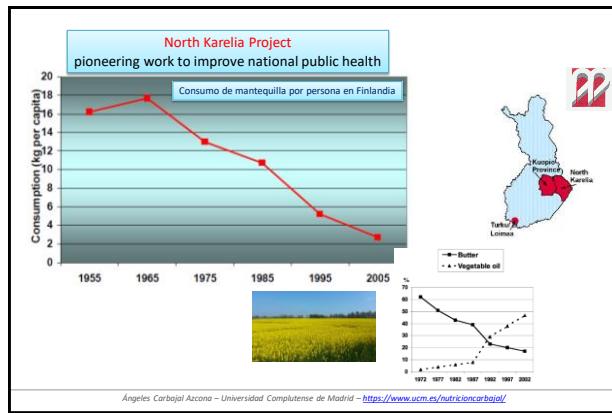
Pekka Puska
 National Institute for Health and Welfare

Conclusión:

"La experiencia finlandesa muestra la posibilidad y el gran potencial de prevenir la ECV y la promoción de la salud del corazón mediante cambios dietéticos en la población"



Angeles Carbojal Azcona – Universidad Complutense de Madrid – <https://www.ucm.es/nutricioncarbojal/>



Se puede y se debe

Salud

- Importante valor humano
- Importante para el desarrollo social y económico

Pekka Puska, professor Director General National Public Health Institute (KTL)
President Elect, World Heart Federation (WHF) Vice President, Int. Ass. of National Public Health Institutes (ANPHI) FINLANDIA St. Petersburg 11.-12.12.2007.

Ángeles Carbajal Azcona – Universidad Complutense de Madrid – <https://www.ucm.es/nutricioncarbajal/>

Declaración de Ottawa para la promoción de la salud (1986)

- **Responsabilidad Personal**
"Nadie puede cuidar mejor de tu salud que tu mismo"
- **Responsabilidad Pública**
"Hacer que la elección saludable sea lo más fácil posible"

Información y Educación

Pekka Puska, Professor, National Public Health Institute – KTL
Helsinki, Finland. Badenweller 25-27 Feb, 2007

Ángeles Carbajal Azcona – Universidad Complutense de Madrid – <https://www.ucm.es/nutricioncarbajal/>

"Our challenge is to persuade children to tell their parents to eat as Mediterraneans do" (Keys, 1995)

We will never overcome the increasing rates of chronic disease by treating ONLY adults or improving their diets

Importance of Early Diet on Lifelong Health, 2015 – Kent Thorburg, Oregon Health & Sciences University
<http://health.oregonstate.edu/more-center/whole-grain-summit>

Hay que poner especial atención en los niños y jóvenes que son los que más rápidamente están abandonando la Dieta Mediterránea y los hábitos alimentarios se forman y asientan en esta etapa de la vida.

Ángeles Carbajal Azcona – Universidad Complutense de Madrid – <https://www.ucm.es/nutricioncarbajal/>

Bento, el "Tupper japonés"

https://www.ucm.es/data/cont/docs/429_2013-11-29-EKIBEN-AntonioTorresMorillo-0607-mod.pdf

<http://houseofkittyblog.com/2009/02/11/amazing-hello-kitty-bento-designs/>

Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

— ¿Qué preferiría usted en este momento, señorita? Contésteme usted francamente. ¿Qué preferiría usted: las letras, las ciencias o un filete con patatas?

Más rápida que una centella y con un aire de convencimiento absoluto, la señorita se acerca discretamente a mi oído y me dice con un sigilo que apenas cubre su agitación interior:

— ¡Un filete con patatas, Dios mío!

La impresionante sinceridad de la señorita pone, durante unos momentos, una cierta confusión en el diálogo. Callamos y contemplo un rato el paisaje. Al llegar a este punto de mi monólogo interior, mi compañera de viaje me interrumpe diciendo:

— ¡Qué pregunta me hizo! Será materialista...

— Yo señorita, seré lo que usted me diga.

Viaje en autobús (1942). Josep Pla (1897-1987)

Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid

Antes de despedirnos desearía leer a usted tres líneas. ¿Ama usted las citas de los grandes autores, de los autores célebres?

— Adoro los autores célebres...

— Pues bien. Aquí tengo un librito, ... Es un librito de Chesterton. El libro se titula "Las Quintaesencias". Escuche Vd un momento, porque vale la pena: "La ciencia –escribe Chesterton–, la ciencia puede analizar una chuleta de cerdo y decir cuánto contiene de fósforo y cuánto de proteínas, pero la ciencia no puede analizar el deseo de chuleta de cerdo de ningún hombre y decir cuánto tiene de hambre, cuánto de costumbre, cuánto de capricho nervioso, cuánto de persistente amor a las cosas bellas. Cuando un hombre desea chuleta de cerdo, su deseo permanece literalmente tan místico y etéreo como su deseo de cielo". ¿Ha comprendido usted, señorita?

— Muy poco, francamente.

— Es una lástima. El texto parece bastante claro.

Viaje en autobús (1942). Josep Pla (1897-1987)

Ángeles Carbajal Azcona. Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense de Madrid