

ALIBETOPÍAS

NUEVOS TERRITORIOS EN ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

Neuroaromas[®]: Innovación en el mundo de los aromas

Vanesa Martínez Chamorro

@Grupo_CARINSA

JUGUEMOS...

¿A qué te recuerda este aroma?

Materia Prima Alimentaria



ACETATO ISOAMILO



NEUROMARKETING



“Es el uso de las **neurociencias** con la finalidad de facilitar y mejorar la **creación**, la **comunicación** y el **intercambio** de acciones y **productos de valor** entre grupos e individuos que necesitan y desean satisfacer sus necesidades mediante estos intercambios”

Antonio González Morales

Presidente de la Asociación Española de Neuromarketing y Neurocomunicación (AENENE)



CONTEXTO ALIMENTARIO



Prevención **Enfermedades Crónicas No Transmisibles**

(*Obesidad – Grasa / Diabetes – Azúcar / Enfermedad Cardiovascular – Sal*)

DIETA SALUDABLE

Reto: Productos saludables con buenas características

**organolépticas
(NEUROAROMAS®)**



PROYECTO INVESTIGACIÓN



“**Neuroaromas®**: Mejora en los Perfiles Nutricionales de Alimentos a través de la Neuro-Estimulación Cerebral de Aromas Específicos”.





OBJETIVOS

1. Diseñar Sistemas de Aromatización para **optimizar las características organolépticas de alimentos con propiedades saludables** reducidos en grasa (*embutido curado*), azúcar (*natillas de chocolate*) y sal (*caldo de pollo*).
2. **Evaluar** la respuesta frente a dichos alimentos **mediante pruebas objetivas de aceptabilidad digestiva, metabólica y patrón de activación cerebral**.





RESULTADOS

Embutido curado reducido en grasa (**20% grasa**) con propiedades organolépticas equiparables a la receta convencional (50% grasa)

Natillas de chocolate reducidas en azúcar (**5,5% azúcar**) con propiedades organolépticas equiparables a la receta convencional (11% azúcar)

Caldo de pollo reducido en sal (**0,375% sal**) con propiedades organolépticas equiparables al caldo convencional (0,75% sal)



ALEGACIONES



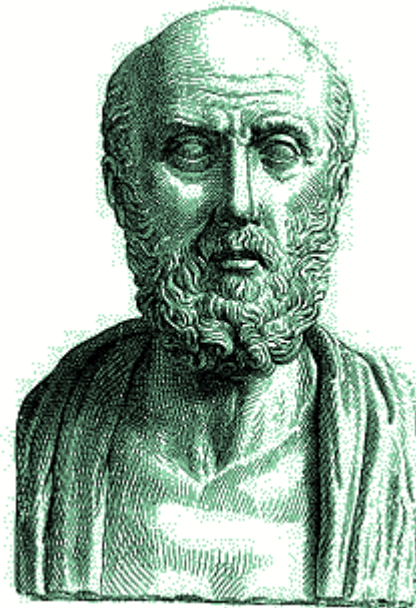
Reglamento (CE) nº 1924/2006 relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos

Grasa: Si la reducción es, como mínimo, del **30%** en comparación con un productor similar

Azúcar: Si el producto no contiene más de **5g por 100g** (sólidos) ó **2,5g por 100ml** (líquidos)

Sal: Si el producto no contiene más de **0,12g** de sodio o el valor equivalente de sal, **por 100g** o **por 100ml**





**“Que tu alimento sea tu medicina
y que tu medicina sea tu alimento”**

Hipócrates
(450 – 377 a.C.)



ALIBETOPÍAS

NUEVOS TERRITORIOS EN ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

¡Gracias!

Vanesa Martínez Chamorro

@Grupo_CARINSA

carinsa@carinsa.com

**“Grupo CARINSA...
INNOVANDO CONTIGO”**

