

GUÍA TÉCNICA E ESTRATÉXICA · OUTUBRO DE 2026

Que son as bebidas funcionais e por que importan

Unha categoría sen definición legal, cun mercado en expansión e unha densidade de promesas sen probar que convén saber ler.

Autor: Fundación Galicia Sustentable | Iniciativa: Grupo Operativo HOP & BOT | Licenza: CC BY-NC-SA

ESTRUTURA DA GUÍA

1. Unha categoría que non existe (orixe e definición operativa)
2. O que si está regulado (os catro marcos normativos comunitarios)
3. Por que medra a categoría (dinámicas de mercado e corrección ao mito xeracional)
4. Onde está a liña (as catro condicións para que «funcional» signifique algo)
5. Os tres erros máis comúns no relato comercial
6. Por que importan para un territorio rural coma Galicia (oportunidade e risco)
7. Como se fai ben (cinco requisitos técnicos antes de proclamar funcionalidade)

Fontes e marco documental de referencia

1. Unha categoría que non existe

Por que «bebida funcional» non significa nada en termos legais

Convén empezar polo máis incómodo: non hai unha definición legal de alimento funcional nin de bebida funcional. Nin na lexislación europea nin na española. É, en palabras da autoridade alimentaria irlandesa (FSAI), «unha categoría virtual en termos de dereito alimentario».

Iso non quere dicir que o termo sexa falso. Quere dicir que é comercial, non regulatorio. Calquera pode chamarlle funcional a calquera bebida sen incumprir ningunha norma polo mero feito de usar a palabra. O que si está regulado, e de xeito moi estrito, é o que se afirme despois dela.

De onde vén a idea

O concepto desenvolveuse en Xapón a mediados dos anos oitenta. O goberno nipón procuraba que a poboación consumise determinados alimentos para reducir factores de risco de enfermidade e conter o gasto sanitario asociado ao envellecemento. Xapón foi tamén o único país que creou unha categoría regulatoria formal para iso, os FOSHU (Alimentos para Usos Sanitarios Específicos), a principios dos anos noventa.

En Europa non se seguiu ese camiño. Aquí decidiuse regular non o alimento, senón a afirmación: calquera produto pode presentarse como queira mentres non diga do seu efecto nada que non estea autorizado.

A definición operativa

A descrición máis útil, aínda que non teña valor legal, é esta: un alimento de consumo habitual que pode ofrecer un beneficio adicional para a saúde, porque se lle engadiu ou concentrou un ingrediente beneficioso, ou porque se lle retirou ou substituíu un ingrediente ineficaz ou prexudicial.

Nótese o verbo: pode. A definición non garante nada. Esa ambigüidade é precisamente o espazo no que medrou toda a categoría.

A CONSECUENCIA PRÁCTICA

Ninguén vai impedir que un produto se chame funcional. O control legal non está no nome comercial, está na etiqueta e na publicidade. Un produto pode chamarse funcional e non poder dicir unha soa palabra sobre que fai. Sucede constantemente no mercado actual.

2. O que si está regulado

Catro marcos normativos que gobernan a categoría sen nomeala

Aínda que a categoría non exista no papel xurídico, a actividade está completamente regulada. Catro pezas normativas deciden que se pode poñer nunha bebida e que se pode dicir dela:

Norma	Que regula	Efecto práctico
Reg. (CE) 1924/2006	Declaracións nutricionais e de propiedades saudables (Health Claims)	Só se poden empregar declaracións autorizadas e incluídas na lista comunitaria. As de botánicos están «en espera» (on hold) desde 2010 baixo réxime transitorio.
Reg. (UE) 2015/2283	Novos alimentos (Novel Foods)	Un ingrediente sen historial de consumo significativo na UE antes de maio de 1997 precisa avaliación da EFSA e autorización previa.
Reg. (CE) 1925/2006	Adición de vitaminas e minerais	Lista positiva de substancias permitidas, lista negativa de prohibidas e límites máximos caso a caso.
Reg. (CE) 1334/2008	Aromatizantes e substancias naturais	Prohibe engadir certas substancias como tales e fixa niveis máximos para as que veñen coa propia planta: tuxona, estragol, pulexona e outras.

A fronteira co medicamento

Hai unha quinta liña que non convén cruzar. Calquera alimento pode ser clasificado como medicamento se se presenta como tratamento ou prevención dunha enfermidade, ou se ten efecto farmacolóxico, inmunolóxico ou metabólico. A clasificación non depende da intención de quen o vende: depende de como se presente e de que faga.

A REGRA DE REDACCIÓN QUE RESUME TODO

Un efecto sensorial descríbese; un efecto fisiolóxico declárase. «Refrescante», «balsámico» ou «limpo en boca» son descrições libres. «Reduce o estrés», «mellora a memoria» ou «protexe o figado» son declaracións reguladas, e para empregarlas fai falta unha autorización e un dato propio sobre o produto rematado.

3. Por que medra a categoría

As cifras, e unha corrección ao relato habitual

A categoría crece, e crece rápido. As proxeccións do sector (IWSR) sitúan o segmento sen alcohol nun sete por cento anual de crecemento, con máis de catro mil millóns de dólares de valor incremental, e un aumento do trinta e seis por cento en volume entre 2024 e 2029.

+9 % Crecemento das versións sen alcohol en 2025	+11 % Crecemento das bebidas funcionais de benestar en 2025	2.000 M L Produción récord de cervexa sen ou baixo alcohol na UE en 2024
--	---	--

A corrección ao mito xeracional

O relato habitual di que esta categoría medra porque a xente nova bebe menos alcohol. Os datos non o sosteñen con esa limpeza. Segundo as mesmas fontes do sector, a proporción de consumidores da xeración Z en idade legal que declaraban ter bebido alcohol nos seis meses anteriores subiu do sesenta e seis por cento en 2023 ao setenta e tres por cento en 2025 en quince mercados principais.

É certo que noutros indicadores e noutros países si hai descenso: en Canadá a proporción de adultos de 18 a 34 anos que declara non beber pasou do doce ao vinte e tres por cento entre 2015 e 2024, e en Inglaterra o vinte e catro por cento dos adultos declarou non beber en 2024, a cifra máis alta desde 2011.

A lectura razoable non é «a xente nova deixou de beber». É que o repertorio de bebidas ampliouse. Estas bebidas non substitúen tanto como se engaden: ocupan momentos de consumo que antes non tiñan oferta, e conviven co alcohol no mesmo consumidor e ás veces na mesma noite.

POR QUE IMPORTA ESTA PRECISIÓN

Un produto deseñado para substituír unha cervexa compite por prezo e por parecido. Un produto deseñado para ocupar un momento propio —unha sobremesa, unha tarde de traballo, unha comida— compite por identidade. A diferenza entre as dúas estratexias decide a formulación, o envase e o prezo.

4. Onde está a liña

Catro condicións para que «funcional» signifique algo

Para que un efecto se poida atribuír a unha bebida fan falta catro cousas á vez. Fallando unha soa, a afirmación cae:

- **1. Que o composto estea no líquido envasado:** Non na planta: no líquido envasado e medido. Un composto pode estar perfectamente descrito na materia prima e ser irrelevante no produto por insolubilidade, por degradación térmica de proceso ou por oxidación durante a vida útil.
- **2. Que estea en dose suficiente e fisiolóxica:** A dose relevante é a que se acada nunha ración de consumo razoable (un vaso ou botella), non a que se acadaría bebendo tres litros. Este é o punto onde cae a maior parte das promesas da categoría: o composto está, pero en concentracións varias ordes de magnitude por debaixo das eficaces.
- **3. Que a evidencia sexa do nivel axeitado:** Un mecanismo descrito in vitro non é un efecto en persoas. Un ensaio preclínico en modelo animal non é un ensaio clínico. E un ensaio clínico feito cun extracto concentrado non di nada dunha infusión acuosa da mesma planta.
- **4. Que a declaración estea autorizada:** Aínda cumprindo as tres anteriores, a afirmación só se pode usar se está na lista comunitaria ou amparada polo réxime transitorio dos botánicos. A evidencia científica e a autorización legal son dúas condicións independentes: ter unha non dá a outra.

O TEST RÁPIDO DAS CATRO PREGUNTAS

Diante dunha bebida que promete un efecto, catro preguntas: canto hai dese composto no produto, canto se inxire nunha ración, en que tipo de estudo se probou o efecto, e con que forma da planta. Se calquera das catro non ten resposta pública, o que hai é relato.

5. Os tres erros máis comúns

Como se constrúe unha promesa que non se sostén

- **O erro do ingrediente na etiqueta:** Consiste en atribuír ao produto as propiedades descritas para unha planta que figura na lista de ingredientes, sen máis. É o máis frecuente e o máis fácil de detectar: se a planta aparece ao final da lista, a súa presenza é testemuñal e o efecto atribuído é imposible.
- **O salto do in vitro ao humano:** Consiste en citar un mecanismo demostrado en cultivo celular como se fose un efecto comprobado en persoas. A literatura fitoquímica é inmensa e case toda é in vitro, porque é barata e rápida. Un composto que inhibe un encima nunha placa de Petri pode non chegar sequer ao torrente sanguíneo ao inxerirse.
- **A declaración prestada doutra forma da planta:** Consiste en usar os resultados obtidos cun aceite esencial, un extracto estandarizado ou un suplemento concentrado para falar dunha infusión. É o erro máis sutil dos tres e o máis común nas pezas divulgativas, porque quen o comete adoita estar citando honestamente unha fonte real; simplemente non é a mesma forma de presentación nin a mesma dose.

UN EXEMPLO CONCRETO: O XANTOHUMOL DO LÚPULO

O xantohumol é o composto máis citado do lúpulo e un potente antioxidante na literatura. Tamén é moi pouco soluble en auga. Nunha extracción acuosa en frío a súa concentración pode ser practicamente irrelevante. Está perfectamente descrito na planta e perfectamente ausente do vaso. Afirmar o primeiro para vender o segundo é o erro número un con nome propio.

6. Por que importan para un territorio rural

A oportunidade real, e o risco que leva asociado

Ata aquí a guía é un exercicio de cautela. Este capítulo explica por que, aínda así, esta categoría merece a atención dunha fundación que traballa sobre o rural galego:

- **É unha das poucas categorías onde a escala pequena non é unha desvantaxe:** Nunha bebida de gran consumo o custo por litro decide todo, e nese terreo un territorio pequeno non compite. Nunha bebida botánica, o que se paga é a identidade da materia prima: de onde vén, como se cultivou, cando se colleu, como se secou. Esas catro respostas son precisamente as que un produtor local pode dar e un formulador industrial non.
- **Converte materia prima agrícola en valor no mesmo territorio:** Unha hectárea de aromáticas vendida a granel a unha industria paga pouco e paga fóra. A mesma hectárea transformada nunha bebida envasada multiplica o valor e retén a maior parte dese valor na comarca, incluíndo o emprego de procesado. É o argumento económico central: a función non está só no líquido, está na cadea.
- **Pon en valor funcións ecolóxicas que doutro xeito non se cobran:** Nun deseño agronómico ben feito, as plantas aromáticas que achegan perfil á bebida son as mesmas que sosteñen a fauna auxiliar da parcela. A biodiversidade deixa de ser un custo e pasa a ser un ingrediente. Poucos sectores permiten esa coincidencia entre o que é bo para o ecosistema e o que é bo para o produto.
- **O risco colectivo, e é serio:** Esta é tamén a categoría coa maior densidade de promesas sen probar do sector alimentario. Entrar nela mal non dana só unha marca: dana a credibilidade do territorio que a avala. Se un produto galego de base botánica promete efectos que non pode demostrar, o seguinte produto galego de base botánica empeza cunha desconfianza que non xerou.

A POSICIÓN DEFENDIBLE PARA GALICIA

A oportunidade non está en competir en promesas, senón en ser a excepción nun mercado saturado delas. Un produto que mide o que ten, di o que non sabe e afirma só o que pode demostrar ten hoxe, paradoxalmente, unha vantaxe competitiva. É un espazo pouco ocupado.

7. Como se fai ben

Cinco requisitos antes de chamarlle funcional a nada

- **1. Medir o produto acabado, non a planta:** Analítica cuantitativa dos compostos de interese no líquido envasado final, non só no material vexetal de partida. É o único dato que sostén calquera afirmación posterior.
- **2. Calcular a dose por ración:** Non a concentración teórica por litro: a cantidade real que inxire unha persoa nunha toma normal de 250–330 ml, comparada coa que produciu efecto nos estudos de referencia.
- **3. Comprobar a declaración antes de deseñar a etiqueta:** Caso a caso, cada afirmación concreta. Non ao revés, que é como se fai habitualmente e como se acaba cunha etiqueta ilegal ou inutilizable.
- **4. Separar o que se sabe do que se supón:** Distinguir en todo o material público entre especificación de formulación, hipótese biolóxica e resultado analítico verificado.
- **5. Usar linguaxe sensorial cando non hai dato fisiolóxico:** É libre, é honesta e adoita ser máis persuasiva que unha promesa de saúde vaga. Describir con mestría un sabor ou perfil terpénico vende máis que insinuar mal un efecto terapéutico.

O criterio de fondo: A palabra «funcional» só significa algo se se pode medir. Mentres non haxa medida, o termo correcto e honesto é «bebida botánica»: é descritivo, é certo e non promete nada que non se poida soste. Cando haxa medida, a propia medida será o mellor argumento comercial dispoñible.

Fontes e marco documental de referencia

- **Marco legal e definición:** Food Safety Authority of Ireland (FSAI) — guía sobre alimentos funcionais: ausencia de definición legal na UE, orixe xaponesa do concepto e normas aplicables.
- **Regulamento (CE) 1924/2006:** Sobre declaracións nutricionais e de propiedades saudables nos alimentos.
- **Regulamento (UE) 2015/2283:** Sobre novos alimentos (Novel Foods), que substitúe o Regulamento (CE) 258/97.
- **Regulamentos (CE) 1925/2006 e 1334/2008:** Sobre adición de vitaminas e minerais, e sobre aromatizantes con límites en compoñentes de risco.
- **Mercado e tendencias de consumo:** IWSR Drinks Market Analysis (proxeccións do segmento sen e baixo alcohol) e Eurostat (produción de cervexa sen ou baixo alcohol na Unión Europea).
- **Material complementario FGS:** Guía marco elaborada para o grupo operativo HOP & BOT: nove infografía sobre o proceso de produción, guía de acompañamento e guía territorial sobre lúpulo e aromáticas en Galicia.

Fundación Galicia Sustentable · CIF G70193537

Rúa do Hórreo 22, 1ºC, 15701 Santiago de Compostela

contacto@fundaciongaliciasustentable.gal · fundaciongaliciasustentable.gal