

NOTICIAS



María del Mar  
Fernández Poza

Directora de  
ASEPRHU



Información facilita-  
da por INPROVO

# Los ciudadanos europeos hablan: ¿qué buscan al comprar alimentos?

El reciente Eurobarómetro especial encargado por la Agencia Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) para medir las percepciones y actitudes de los europeos hacia la seguridad alimentaria y los factores que afectan a las decisiones relacionadas con los alimentos, ofrece datos de gran interés.

Preguntados por cuáles son los aspectos más importantes en el momento de comprar alimentos, el coste (54%) es seleccionado con mayor frecuencia por los encuestados como el factor más importante. El sabor (51%) ocupa el segundo lugar, seguido de la seguridad alimentaria y el origen de los alimentos (ambos 46%) y el contenido de nutrientes (41%). El impacto sobre el medio ambiente y el clima (16%) y la ética y las creencias (15%) ocupan los últimos lugares.

La importancia del precio en la decisión de compra ha aumentado en 21 Estados miembros de la UE desde 2019, y en 23 países es menos probable que los encuestados mencionen la seguridad alimentaria que en 2019.

Los datos de España difieren en algunos de los aspectos citados. Al 63% de los españoles les preocupa el coste como primer factor de elección de los alimentos (9% más que la media de la UE), seguido del sabor (52%), la seguridad alimentaria (51%) y el valor nutricional (45%), por delante del origen geográfico (41%), de su efecto en el medio ambiente y el clima -por ejemplo, la huella de carbono- (10%) y sus principios



éticos y creencias, por ejemplo, en cuanto a la religión o al bienestar animal- (5%).

Tanto a nivel nacional como de la UE, los factores precio y sabor aumentan en importancia respecto de la anterior encuesta, realizada en 2019 (5% y 7% puntos más cada uno respectivamente en España), mientras el resto de atributos pesan menos en la elección. Las diferencias más claras entre los españoles y la media de ciudadanos de la UE están en el mayor peso que otorgan al precio, a la seguridad alimentaria y al contenido nutricional. Y el menor que se da a los aspectos medioambientales (un 6% inferior en España respecto a la media de la UE), y a los éticos, entre los que se incluye el bienestar animal (un 10% inferior en nuestro país).



Por otro lado, la Comisión Europea nos dice que la estrategia "De la granja a la mesa" ( Farm to Fork ) de 2020 "es un nuevo enfoque integral sobre cómo los europeos valoran la sostenibilidad alimentaria"...y que "Las personas prestan cada vez más atención a los problemas ambientales, de salud, sociales y éticos y buscan valor en los alimentos más que nunca". Sobre estas premisas anuncia una lista amplia de revisiones regulatorias que entrarán en vigor en los próximos años.

Podemos entender que los ciudadanos no coloquen entre sus prioridades en estos momentos el medio ambiente, pero que sí lo hagan las administraciones, para tratar de garantizar la continuidad del aprovisionamiento alimentario y reducir los riesgos del cambio climático, que amenaza la

disponibilidad de alimentos en el futuro próximo. Otro asunto bastante distinto es asumir que la sostenibilidad está ligada al aumento de la producción ecológica, de los sistemas extensivos o de los requisitos relacionados con el bienestar animal. En muchos casos las propuestas de la Comisión implican incrementar los costes, principalmente por la reducción de la eficiencia productiva ligada al aumento de recursos escasos como el suelo, el alimento y la mano de obra respecto del actual Modelo Europeo de Producción, que ya incluye importantes avances en la regulación sobre bienestar animal y sostenibilidad ambiental.

Este Eurobarómetro no deja lugar a dudas sobre las prioridades de los consumidores en 2022. Quizá la reciente pandemia haya provocado algún cambio en la percepción sobre lo que es importante en relación a los

alimentos, a la vista del riesgo real de que ni estén tan disponibles ni sean tan baratos como lo eran hasta ahora.

**Tenemos la responsabilidad y la oportunidad de considerar esta nueva realidad y colocarla en el lugar que le corresponde en la estrategia Farm to Fork que desarrollará la Unión Europea para los próximos años. No es un asunto menor, porque nos afecta a todos, pero con más intensidad a los más vulnerables por su situación socioeconómica.**

## ¿Sustitutos de la carne a base de plantas? el mayor fracaso en la historia de la industria alimentaria

Fallaron al no tener en cuenta la cultura alimentaria y al consumidor

La European Livestock Voice ha publicado un reciente artículo en el que se revisa el estado del mercado de los productos vegetales sustitutos de la carne. El artículo se recoge en la plataforma Realidad Ganadera, a la que pertenecen los sectores productores de alimentos de origen animal en España y que trabaja conjuntamente con la European Livestock Voice.

En el mismo se indica que "Los sustitutos de la carne a base de plantas no están atrayendo a la mayoría de los consumidores. De hecho, pueden ser el mayor fracaso en la historia de la industria alimentaria. Eso es lo que cree Julian Mellentin, experto de la industria y autor del nuevo informe «Fracasos— y lo que puedes aprender de ellos». Después de generarse tanto revuelo y ruido por parte de los medios de comunicación, los consultores y la comunidad inversora, los sustitutos de la carne a base de plantas simplemente no están resonando entre los consumidores. Este resultado inesperado se debe a muchos errores de estrategia. "Se está produciendo un colapso entre el elevado número de sustitutos de la carne a base de

plantas recién lanzados", comentó Mellentin, «Hay alrededor de diez causas comunes de fracaso en el negocio de la nutrición y la salud. Y muchos fabricantes de carne vegetal han cometido la mayoría de ellas».

La categoría de productos análogos a la carne de origen vegetal está experimentando una fuerte desaceleración en Estados Unidos y algunas partes de Europa. New Nutrition Business realizó una investigación de los datos financieros de 100 marcas de carne de origen vegetal en Europa, Estados Unidos, Canadá, Australia y Nueva Zelanda. Ninguno mostró beneficios, incluso después de cinco o más años de actividad. De hecho, incluso aquellos con un rápido crecimiento también tuvieron las pérdidas más rápidas en ventas. Según Mellentin, la razón principal de este fracaso se debe a que los productos no estuvieron a la altura de las expectativas: "Las marcas no están ofreciendo el sabor y la textura que los consumidores están buscando. Lo que implica que no están convirtiendo la prueba en una compra repetida, y por lo tanto, la categoría no está alcanzando los patrones de compra habituales".



Entonces, ¿cuál será el futuro de estas marcas, y podrán mejorar su sabor y textura y ganarse a los consumidores en gran número? "Más allá de la actual generación 1 de productos de origen vegetal, las empresas que llegan al mercado con productos a base de hongos, micoproteínas, etc. tienen la oportunidad de hacerlo mejor», — comentó Mellentin — "Lo único positivo para esta categoría vendría a través de una mejora tecnológica para crear productos de generación 2 con mejor sabor, textura, nutrición, ya que su perfil de micronutrientes, por ejemplo, no es bueno en este momento, y una lista de ingredientes más corta. Esto llevará de 3 a 5 años. Hasta entonces, la categoría antiguamente establecida seguirá siendo lo que ha sido desde la década de 1970: un nicho. En Estados Unidos, tiene una participación del 1,4%. Ese es un nicho, no la corriente principal", concluyó.



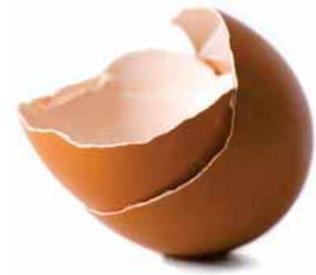
## Mkare, nueva apuesta de Pascual por la economía circular

La empresa Calidad Pascual abre una nueva línea de negocio para valorizar los subproductos del huevo: La producción de membrana a partir de las cáscaras de huevo que genera su fábrica de ovoproductos en la localidad burgalesa de Aranda de Duero. MKare tendrá su sede central y centro de operaciones en Navarra.

⇒ El lanzamiento de la marca MKare, especializada en la producción de membrana de cáscara de huevo, fue anunciado por Pascual a comienzos de octubre. La marca MKare está impulsada por Arandovo, participada mayoritariamente por Pascual, Pascual Innoventures y Enarez, empresa navarra de economía circular con sede en Pamplona.

La membrana de cáscara de huevo, según explicó la empresa, “se utiliza como ingrediente en sectores emergentes como la industria farmacéutica o la nutricosmética, así como para la fabricación de complementos alimenticios o alimentos para mascotas”. **“La cáscara de huevo era considerada un residuo y ahora tenemos la oportunidad de aprovecharla para continuar creciendo de manera sostenible”**, indicó Juan Carlos Rey, director de Negocio de Ovoproducto en Pascual.

Para obtener la membrana de la cáscara de huevo debe separarse la parte externa (carbonato cálcico). La membrana contiene “colágeno, elastina, ácido hialurónico y más de 400 proteínas, por lo que es una



fuente única de compuestos bioactivos con múltiples beneficios para la salud”.

El carbonato cálcico que se separa de la membrana también tiene aplicaciones en la mejora de la salud ósea, como complemento alimenticio y para la fabricación de cerámicas y plásticos, o para el suelo de entrenamiento en las instalaciones de hípica”.



### ¡DESCUBRE UN MUNDO DE BENEFICIOS EN UN ÚNICO INGREDIENTE!

MKARE es un ingrediente funcional 100 % natural basado en la membrana de huevo, que contiene de forma nativa una fuente única de compuestos bioactivos, con múltiples beneficios para la salud, clínicamente probados.

MKARE es rico en **colágeno** (I, V y X), **ácido hialurónico**, elastina, condroitin sulfato, glucosamina y más de 400 proteínas... una matriz perfecta de biomoléculas clave en un único ingrediente!



## El IEH premia un trabajo sobre mitigación de gases nitrogenados en granjas de puesta

Coincidiendo con el Día Mundial del Huevo, que se celebra mundialmente cada año el segundo viernes de octubre, el Instituto de Estudios del huevo (IEH) ha premiado el trabajo "Estrategias de mitigación de gases nitrogenados en granjas avícolas de puesta" y ha entregado su Galardón de Oro 2022 al Consejero de Agricultura de Castilla-la mancha por su apoyo al sector avícola de puesta.

La entrega de premios se realiza anualmente en el evento conmemorativo del Día Mundial

del Huevo, que en esta ocasión reunió a los socios del Instituto y a muchas otras personas relacionadas con el sector el día 14 de octubre. También se presentaron los últimos datos sobre el consumo de huevos en España, y las percepciones del consumidor sobre este alimento

El acto contó con la presencia de socios, investigadores y expertos del sector, y en el mismo se expusieron los datos más recientes sobre evolución del consumo de huevos en España, y las percepciones de

los consumidores sobre este alimento.

El Consejero de Agricultura, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha ha recibido el reconocimiento anual del Instituto por su continuo apoyo a la avicultura de puesta española, así como por su contribución al desarrollo y modernización del sector, y a la mejora de la competitividad, calidad y sostenibilidad de la producción de huevos en Castilla – La Mancha

## ECO Unit

### Clima Saludable, ¡ahorre hasta un 75% de gas!

ECO Unit, un intercambiador de calor que crea un clima saludable con una ventilación mínima.

- Mejor yacaja y mejor Índice de conversión
- Niveles de amoníaco un 35% más bajos
- Hace circular hasta 30.000 m<sup>3</sup> de aire por hora
- Ratios más altos de rendimiento vs intercambiadores de calor más pequeños

Financiación flexible  
Sin inversión inicial



Para más información

¡Pídelo ahora e instalalo  
antes del invierno!

Vencomatic Ibérica S.L.

Tel. : 977 331 908 | info@vencomatic.es

C/ Pintor Fuster, 21 | 43205 REUS (Tarragona)



Este año, el Galardón de Oro 2022 del IEH ha recaído en D. Francisco Martínez Arroyo, Consejero de Agricultura, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, por su continuo apoyo a la avicultura de puesta española, desde sus distintas responsabilidades, así como por su contribución al desarrollo y modernización del sector, y a la mejora de la competitividad, calidad y sostenibilidad de la producción de huevos en Castilla-La Mancha.

En esta ocasión, el Consejero no pudo asistir al acto y en su lugar recogió el premio D<sup>a</sup> Cruz Ponce, Directora General de Agricultura y Ganadería en el Gobierno de Castilla-La Mancha.

Asimismo, se ha entregado el XXVI Premio a la Investigación al Dr. Eduardo Rosa González, por su trabajo titulado "Estrategias de mitigación de gases nitrogenados en granjas avícolas de puesta", desarrollado en la Universidad del País Vasco y en NEIKER, el Instituto Vasco de Investigación y Desarrollo Agrario. Su trabajo ha sido desarrollado en la Universidad del País Vasco y en NEIKER, el Instituto Vasco de Investigación y Desarrollo Agrario, por el equipo investigador compuesto por la Dra. Pilar Merino Pereda y el Dr. Haritz Arriaga Sasieta como directores de la tesis.

⇒ El Premio reconoce la apuesta por la investigación y la innovación sobre el huevo en relación a su uso y consumo,

nutrición, salud pública e incluso a factores como la sostenibilidad, la calidad o las tecnologías de procesado y transformación.

El ganador del Premio, dotado con 10.000€, ha sido el Dr. Eduardo Rosa González, autor de la tesis doctoral titulada "Estrategias de mitigación de gases nitrogenados en granjas avícolas de puesta".

El jurado, compuesto por los miembros de la Comisión Delegada del Instituto, ha valorado para la concesión del Premio la actualidad e interés del tema tratado que, además de su importancia para el sector avícola de puesta, es relevante para toda la sociedad y para alcanzar los Objetivos del Milenio.