

Assemblea de Figueres (Alt Empordà), 13 de gener de 2006

“MENJAR BÉ, PER A VIURE MILLOR”

Ponent: José Luis Nueno

NOUS HÀBITS I DEMANDES DELS CONSUMIDORS: LA SEGURETAT I LA QUALITAT

Introducció

- I. La despesa d'alimentació per llar
- II. Altres factors transversals que condicionen la demanda
- III. Què podem esperar?
- IV. En què poden creure els consumidors d'aliments? Les crisis alimentàries i ecològiques
- V. Els canvis en la dieta són un fet. CHNT
- VI. Escoltar el consumidor o educar-lo? El paper de la distribució comercial
- VII. Implicacions sobre la qualitat dels aliments
- VIII. Lliçons per a la Indústria agroalimentària catalana

INTRODUCCIÓ

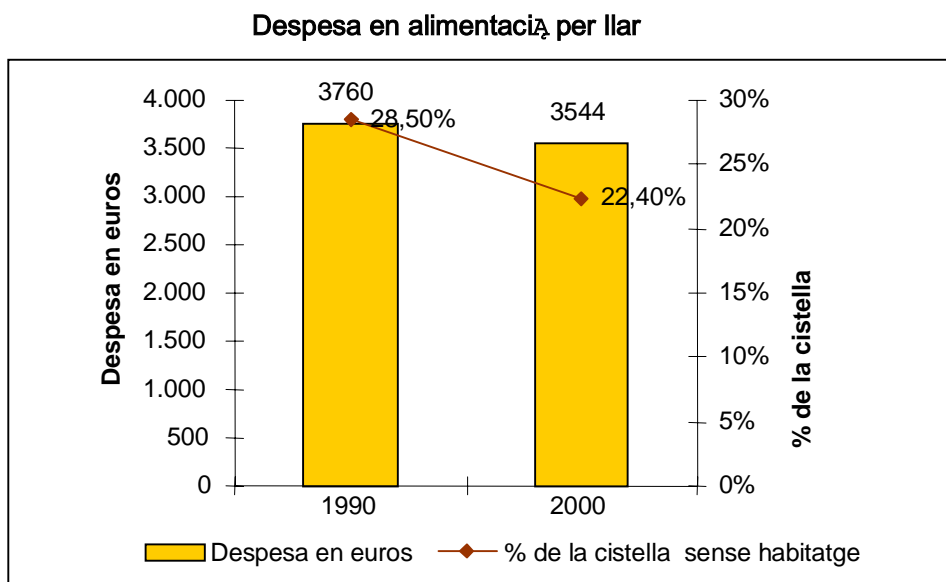
Els consumidors espanyols van gastar l'any 2000 uns 251.259 milions d'euros, això és 478.042 euros per minut. En 10 anys aquesta xifra ha augmentat un 43%. En aquest mateix període el sector alimentari ha crescut poc més del 5%.

Per què ha crescut tan poc? Fonamentalment per dues raons:

1. A mida que la renda dels consumidors va millorant aquest dediquen una quota cada vegada més petita a les despeses que consideren més bàsiques.
2. La distribució d'aquest sector ha anat pressionant a la baixa els preus d'aquests productes. Avui podem tenir accés a formats de distribució molt més eficients que en el passat.

I. La despesa d'alimentació per llar.

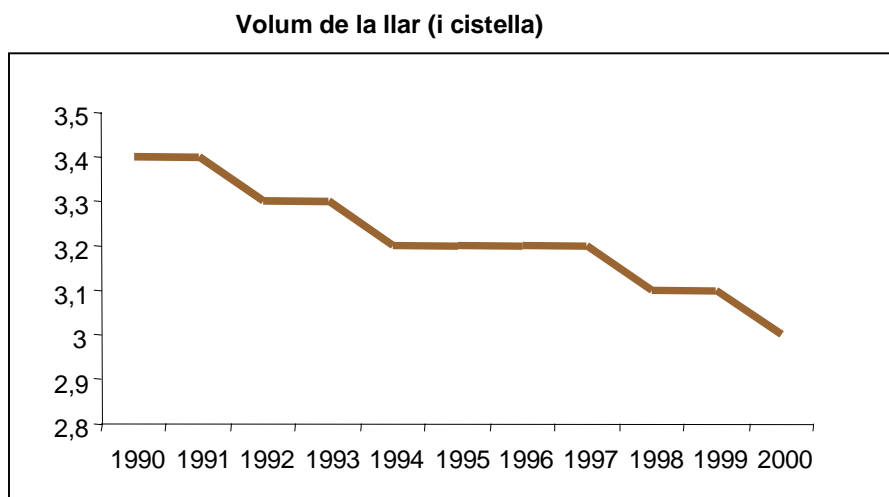
La despesa ha disminuït tant en valor absolut com en termes percentuals. A 1990 les llars dedicaven un 28,5% del seu pressupost a alimentació, mentre que l'any 2000 tant sols dedicaven un 22,4%. Es a dir, el consum no creix perquè es consumeixi més per persona si no perquè cada vegada hi ha més consumidors i més llars.



Font: Elaboració pròpia a partir de INE, IRI i Caixa de Catalunya, 2003

En el cas de l'alimentació aquests canvis es produeixen degut a tres forces principals.

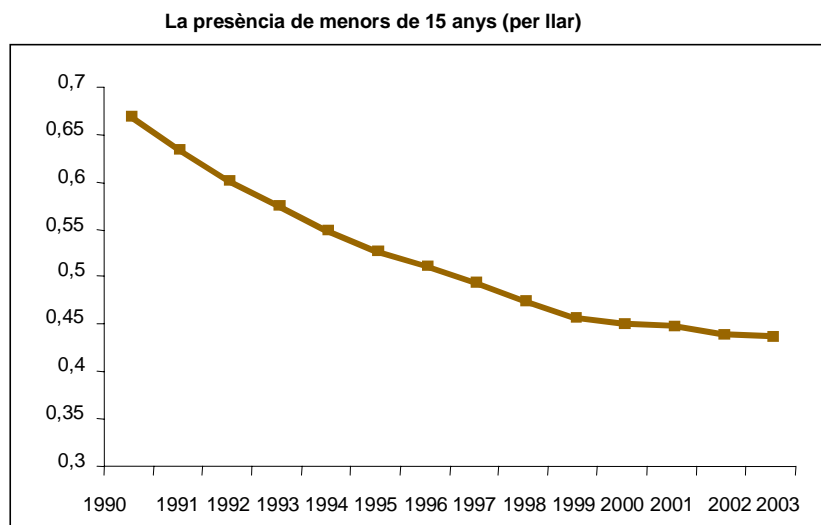
(a) El canvi en el tipus de llar (volum)



Font: Elaboració pròpia a partir de INE, IRI i Caixa de Catalunya 2003

De 3,4 persones per llar s'ha passat a 3 en un període de 10 anys. La "cistella de la compra" té en conseqüència un pes menor.

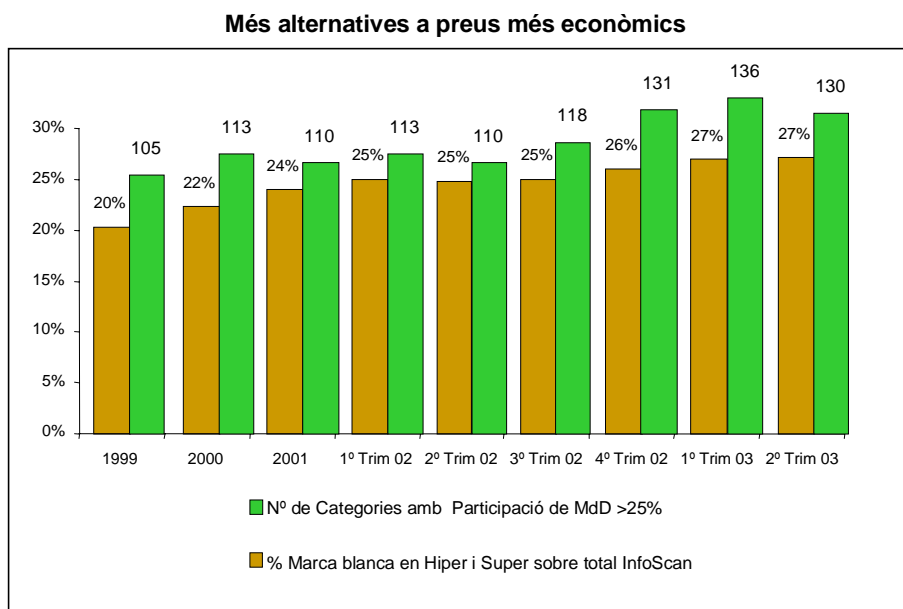
(b) La presència decreixent de menors de 15 anys per llar



Font: Elaboració pròpia a partir de INE, IRI i Caixa de Catalunya 2003

Cada vegada neixen menys nens (cau la taxa de la natalitat a una de les més baixes del món) i això contribueix també a que la cistella de la compra canviï en la seva composició i en el seu volum. Un 70% de les llars tenia menors de 15 anys a 1992. Ara ja sols representen el 45% del total.

(c) Alternatives cada vegada més nombroses d'accedir a més productes amb preus més econòmics.



El desenvolupament de les *marques blanques* ha sigut una fita que ha marcat una tendència en l'elecció dels consumidors: "The Age of Price". Mai com avui ha hagut tanta presència de marques de la distribució amb tanta varietat de productes.

Avui ja es possible anar de compres i realitzar una compra completa i de qualitat amb les marques dels distribuïdors.

En aquest sentit és interessant fer una consideració addicional: El creixement de les *marques blanques* s'ha produït en anys de prosperitat econòmica, quan es podia

II. Altres factors transversals que condicionen la demanda.

Existeixen, a més dels demogràfics, altres factors que condicionen la demanda (en quantitat i qualitat de la mateixa). Els principals són,

A. *L'accés de la dona al treball remunerat*

Més riquesa per a la llar –més renda per a gastar– i menys temps per a comprar. Possibilitat de comprar articles més cars i disposició per estalviar hores dedicades a la alimentació, sigui en compra (formats comercials més senzills d'entendre i recórrer – proximitat– i creixent valor de la conveniència) com també en preparació i cuina (plats preparats, congelats, refrigerats...).

B. Progrés científic i longevitat

Els avenços en medicina han permès allargar l'esperança de vida i millorar les condicions de benestar. El culte a la salut i al cos emergeixen com actituds i valors de pes en qualsevol entorn vital (treball i oci). Això orienta les condicions que se'ls exigeix als aliments –molt més severes que les de qualsevol altre be de consum, ja que els aliments i begudes *entren en el cos humà*– i marca, en bona mesura, la innovació del sector: productes naturals, bio, sense greix, amb vitamines, calci, proteïnes...

C. *La llei d'ENGEL*

Per la que s'afirma que els ingressos extra, és a dir els que s'obtenen a partir de certs nivells de benestar passen a incrementar partides de despesa menys bàsica. Aquest fet explicaria, en part, la pèrdua de pes de l'alimentació en el pressupost dels espanyols i catalans.

III. Què podem esperar.

(1) La continuació d'un canvi en la naturalesa de la despesa.

Les despeses en l'habitatge i el transport han experimentat un creixement intens, passant del 32,9% del pressupost a 1990 al 41,6% a l'any 2000.

	1990	2000	1990 (%)	2000 (%)
Aliments i begudes	42.488.634	44.830.470	24,2%	17,8%
Roba i calçat	16.252.270	18.823.898	9,2%	7,5%
TOTAL	58.740.904	63.654.368	33,4%	25,3%

	1990	2000	1990 (%)	2000 (%)
Habitatge	26.340.240	51.321.155	15,0%	20,4%
Altres despeses de la llar	12.404.759	24.528.587	7,1%	9,8%
Transport	18.986.567	28.692.512	10,8%	11,4%
TOTAL	57.731.566	104.542.254	32,9%	41,6%

Font: Elaboració pròpia a partir de INE i Caixa de Catalunya, 2000

Es molt possible que també en el futur habitatge i transport segueixin capturant quota del pressupost destinat originàriament a alimentació i tèxtil. A més, a això s'haurà d'afegir també la despesa addicional en tecnologia i telecomunicacions.

(2) Polarització de la societat i la seva corresponent implicació en la despesa.

La societat espanyola apunta a societats *polaritzades* des de varies perspectives

(a) D'una banda, la *societat urbana i de grans ciutats*, d'altre les petites ciutats amb entorns rurals.

En les societats urbanes estan els treballs. És a on van –o volen anar els joves- i a on es creen les llars.

Per una altra banda, en les societats rurals hauran de fer front al magnetisme de les grans urbs amb *ofertes* laborals o d'estil de vida suficientment atractives. És previsible que part del futur del món rural siguin els immigrants que abandonaren el seu habitat.

Èxode rural? ¹

- Entre 1900 i 1950 la població rural a penes va variar en nombre malgrat la Segona Guerra Mundial i l'autarquia que en bona part -crisi- hauria reorganitzat a Espanya
- El pla d'estabilització de 1959 propicia l'obertura econòmica d'Espanya cap a l'exterior i el progressiu despoblament del camp.

El món rural va passar de ser "ocupador" a font de mà d'obra atreta pel sector industrial que ofería millors salaris i per tant també millors condicions de vida.

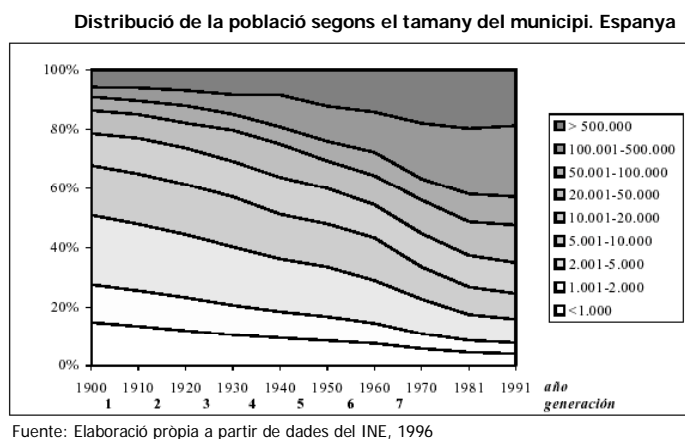
La industrialització va significar doncs èxode rural i crisi de l'agricultura tradicional. El camp es va quedar sense jornalers i molts petits propietaris van abandonar les seves explotacions.

L'escassetat d'actius agraris va encarir de forma progressiva la mà d'obra agrícola al mateix temps que es van reconvertir els conreus: abandonant els més tradicionals (cereals i llegums) i afegint els més

¹ En base a Camarero

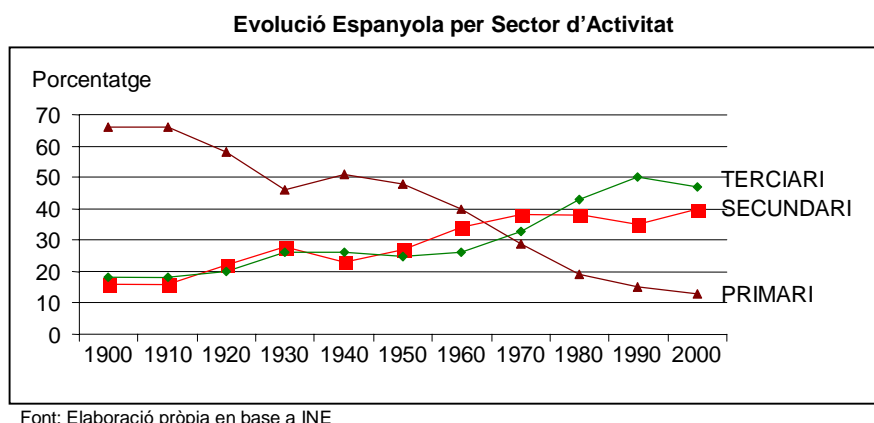
sol·licitats: llet, carn, fruites i hortalisses. Per substituir el treball humà es va recórrer a la mecanització no sempre possible per a les petites explotacions els propietaris de les quals han d'emigrar també.

De les petites a les grans ciutats



Del total d'ocupats a Espanya en 1991, quasi un 10,3% corresponien al sector agrícola. A la fi de l'any 2002, aquests ja només eren un 6%.

Distribució de l'ocupació per sectors



La sortida -fugida gairebé- de la població rural va generar una notable davallada de la demanda en origen i consegüent crisi de la resta de sectors vinculats (comerç, serveis, habitatge...)

“L'èxode rural com a fenomen de reequilibrament en la distribució de la població hauria d'haver estat beneficiós per al medi rural ja que reduïa la pressió demogràfica, però no va ser un fenomen merament quantitatiu... va ser també qualitatiu. El despoblament es va fer de forma selectiva quan a generació i gènere la qual cosa va trastornar notablement l'estructura de la població rural.

Va afectar sobretot els joves i de forma intensa i duradora. El resultat va ser l'envelliment i masculinització de la població rural. Ambdues conseqüències van suposar alhora un límit a la capacitat

genèrica i per tant un més petit creixement vegetatiu, i en molts casos negatiu” (Camarero...)

Món rural-món urbà serà una de les grans dicotomies del segle XXI. Un 25% dels espanyols viuen en un entorn rural amb la previsió (OCDE) que aquest percentatge passi a ser del 15% l'any 2025. Aquest fenomen es declina de la mateixa manera a tot el món i amb accent especial als països en via de desenvolupament.

Població urbana – Població rural

Regió o País	1994		Estimació per al 2025	
	urbana	rural	urbana	rural
Espanya	30160 (76%)	9407 (24%)	31886 (85%)	5685 (15%)
Desenvolupats	867803 (74%)	294643 (26%)	1040049 (83%)	198357 (17%)
Poc desenvolupats	1652706 (37%)	2814479 (63%)	4025285 (57%)	3030648 (43%)
Molt sub-desenvolupat	122340 (22%)	436978 (78%)	505513 (43%)	656765 (57%)
Total mundial	2520510 (44%)	3109122 (56%)	5065332 (61%)	3229007 (39%)

Font: NNUU

- (b) Una altra polarització: la de la societat que consumeix *el que necessita* i la de l'*altre que consumeix el que vol*. La primera està composta per jubilats, joves independents, llars monoparentals (i per als que l'habitatge, l'alimentació i els subministraments representen un 60%).

La segona, parelles sense fills i nius vuits, amb un pes del 40% en el seu pressupost de les despeses abans comentades.

- (c) La polarització de la tercera edat.

La tercera edat està també polaritzada entre els que estalvien i els que no. I la majoria dels que hi ha a España són d'aquest últim grup. És un mercat notable en volum –d'individus- però limitat en recursos: el 80% dels *seniors* percepen menys de 600 euros al mes. El cert és que el *senior*² es comporta de manera diferent a l'hora de realitzar la compra de productes alimentaris.

- (1) Consumeixen menys en volum i en valor.
- (2) La mena de producte que consumeixen és més fresc, més barat (i comprat moltes vegades en botigues de *descompte*).
- (3) Són compradors de productes Marca-distribució encara que en categories de poca tecnologia (poca innovació?).
- (4) El pes de les marques nacionals -espanyoles- és superior.
- (5) El de les marques és diferent respecte al públic jove (de les grans marques). No apareixen les marques *noves* als seus cistells.
- (6) El cistell de la compra és més complex, amb menys productes acabats i semielaborats i més ingredients.
- (7) A l'hora de comprar es regeixen per les promocions -el preu-freqüentant per a la seva compra diversos canals i diferents ensenyas.
- (8) El cistell de la compra conté productes més saludables.
- (9) Consumeixen més espècies culinàries.

² José Luis Nueno, Julián Villanueva: El mercado de los seniors en España.

(3) Un trasllat creixent de les despeses grans a les petites.

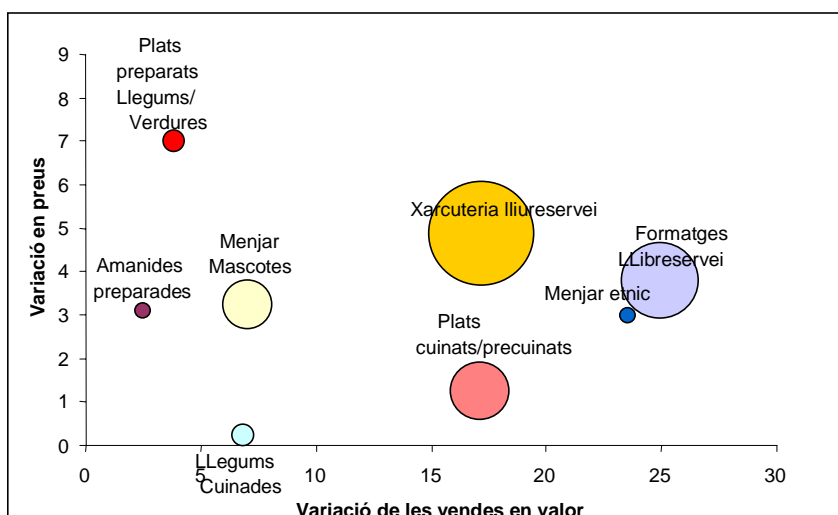
El fraccionament del pagament en els bens de consum durador (electrodomèstics, automòbils) de gran consum (tèxtil) i fins i tot d'oci (viatges) genera una situació de competència de "tots contra tots". La compra d'un electrodomèstic de línia blanca pot fraccionar-se en anys (inclusivament amb carència). En quina altra partida va a reduir-se la despesa? Els productes més bàsics poden ser els que més es resenteixin. I els productes alimentaris són un d'ells.

(4) Productes còmodes i fàcils de preparar.

Aquest fet afecta especialment a l'àmbit alimentari. Les dades de la venda de xarcuteria, formatges en lliure servei, plats cuinats, precuinats,... Són productes que proporcionen conveniència i eliminen la necessitat *històrica* de preparar-los, faciliten l'aprovisionament ràpid i el consum fraccionat.

Hemos visto antes que los platos preparados eran –junto a las verduras y hortalizas también preparados- uno de los tipos de alimentación que experimenten un crecimiento más notable.

Evolució de productes de conveniència (2002)



Font: IRI, 2003

El consumidor cada vegada tindrà menys temps. Haurà de seguir treballant moltes hores. Les dones aniran incorporant-se progressivament al mercat laboral... Cuinar no serà una activitat massa popular en la majoria de les famílies espanyoles.

(5) Productes saludables.

Davant la previsió –evidència- de longevitat, al consumidor li preocupen les condicions que es trobarà en les últimes fases de la seva vida. No solament busca productes còmodes – com indicàvem abans- si no que també siguin saludables.

Segons IRI, podem assegurar que aquells productes que ofereixen major valor afegit per a la salut experimenten creixements del 11%, mentre que els mateixos productes sense el qualificatiu de "saludables" tenen creixements de

tant sols un 3%. El consumidor modern considera que l'alimentació és un vehicle primordial a l'hora de determinar la qualitat del seu envelliment.

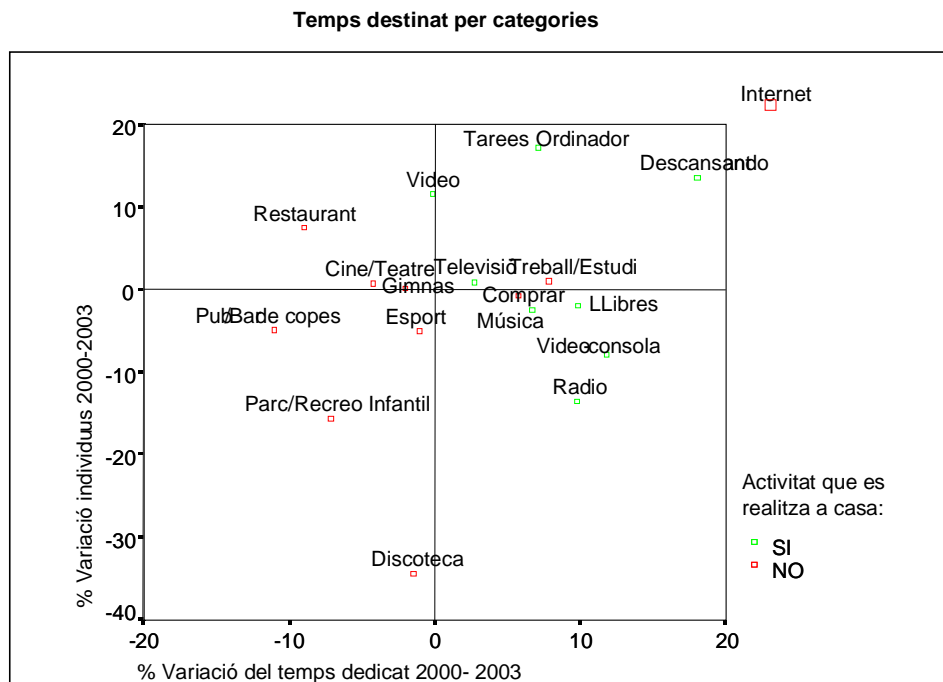
El negoci alimentari té una oportunitat molt important amb la introducció de productes *saludables* ja que el consumidor està convençut de que la qualitat i la salubritat dels productes és la que determina la *salut* a la *vellesa*.

Els productes *light* són poc creïbles i llevat excepcions no ha aconseguit implantar-se... Això no vol dir que no existeixin oportunitats per desenvolupar productes sans i funcionals però que ofereixin al mateix temps temps (per exemple, plats precuinats baixos en grasses o sucre). Els derivats làctics han sigut un bon exemple d'èxit d'innovació que podria traslladar-se a altres categories.

(6) Consumidor casolà i accessible.

Com a conseqüència principalment dels avanços tecnològics, el consumidor s'ha tornat més *casolà*: estar connectat a internet, utilitzar l'ordinador, veure la televisió, treballar, estudiar.

Són activitats sedentàries i vinculades a la tecnologia. Les conseqüències són: Sobrecàrrega de informació, major competència que genera l'atenció, segmentació dels medis, major consum de productes de conveniència, ruptura del traspàs de valors entre generacions, sobrepes...



Font: La Naturaleza del gasto, José Luís Nueno

IV. En què podem creure els consumidors d'aliments?

Crisis Alimentàries

A. Crisis alimentàries relacionades amb Animals

(1) Les vaques boges.

L'encefalopatia espongiforme bovina es va descobrir a U.K. a mitjan anys 80 i es pot transmetre als humans com la malaltia de Creutzfeldt-Jakob. El febrer de 2005 ja havia causat 150 morts entre els 167 casos detectats. Majoritàriament els malalts eren ciutadans de Gran Bretanya encara que s'han confirmat casos (des del primer de 1986 a Gran Bretanya), al Japó, França, Estats Units, Irlanda, Itàlia, Canadà i Espanya.

La primera mort confirmada al nostre país pel Ministeri de Salut es produeix l'any 2005.

L'any 2001, com a conseqüència de la descoberta que aquesta malaltia podria transmetre's mitjançant transfusió sanguínia, el Ministeri de Sanitat i Consum va prohibir la donació de sang entre les persones que havien viscut a UK entre els anys 1980 i 1996.

A Espanya s'han enregistrat 567 casos d'encefalopatia animal i segons les últimes dades consolidades de l'U.E., el juliol de 2004, es van detectar -des de 1995- 41.277 animals malalts.

La reducció en el consum de carn bovina va sofrir una reculada molt notable en el nostre país.

(2) Les dioxines belgues.

L'any 1999, el comitè veterinari de la UE va confirmar l'existència de pollastres, porcs i vaques procedents de Bèlgica contaminats amb dioxines, una substància cancerígena per als éssers humans. En aquest cas, l'origen estava en els pinsos amb els que s'alimentava als animals.

(3) Pesta Porcina.

Malaltia estranyament encomanadissa. No produeix danys ni efectes directes en els éssers humans, però l'efecte sobre el consum -la renda- és immediat pel fet de veure sacrificar tots els animals que encara no estan infectats, però que han conviscut amb els que sí que ho estan.

Els brots que van patir les cabanyes d'Espanya i Portugal van crear una crisi sense precedents en el sector porcí espanyol que es va trobar amb fronteres tancades a l'exportació.

Fins 1993 no es va donar per eradicada la malaltia a Portugal i dos anys més tard a Espanya. Els Estats Units va segellar la confiança en la salut dels animals començant a comprar pernils ibèrics.

(4) Grip Aviària.

Va començar a l'Àsia l'any 2003 i dos anys més tard ha provocat la mort o el sacrifici de 125 milions d'ocells i ha infectat 112 persones de les que han mort 57, totes elles a països asiàtics. Els esforços per contenir el virus són molt elevats i amb resultats molt limitats degut principalment a les migracions d'ocells.

El "rebrot" en països europeus ha generat importants crisis de consum, especialment a Itàlia (caigudes del 50% del consum de pollastre, -en moltes ocasions procedents de l'Àsia).

(5) **Peix.**

Una anàlisi de la Universitat d'Indiana (2004) va revelar l'existència de quantitats excessives de toxines cancerígenes en salmons procedents de piscifactories escoceses.

- Catorze mesos abans -desembre 2002- un equip de científics espanyols va liderar un estudi, al costat de científics d'altres països, que conclouia que l'existència de mercuri en el peix està directament relacionat amb el risc de patir infart de miocardi (publicat a The New England Journal of Medicine).
- Bon nombre de peixos contenen també anisakis, un paràsit que genera reaccions al·lèrgiques i que contamina peixos a través de l'activitat d'indústries pesqueres en alta mar.

B. Crisis alimentàries relacionades amb les fruites i hortalisses.

(1) **Oli de colza.**

El frau de l'oli de colza desnaturalitzat que es va distribuir el 1981 (com si fos oli d'oliva) va provocar una de les més grans crisis alimentàries mundials. Van emmalaltir 24.000 persones i van morir 500. Vint-i-cinc anys més tard molts afectats conviuen amb seqüeles irreversibles. Dos terços dels supervivents van patir símptomes que limiten la seva activitat normal.

(2) **Oli de pinyola.**

L'any 2001 es van trobar nivells molt elevats de benzopirens -potencialment cancerígens- a l'oli de pinyola espanyol. El ministeri de Sanitat va mobilitzar de forma cautelar les nombroses partides d'oli ja distribuïdes en el mercat espanyol. Tant la crisi de la colza com la de la pinyola han contribuït a un canvi d'elecció de producte per part del consumidor: D'olis vegetals cap a l'oli d'oliva i dins d'aquest cap a articles de més gran qualitat.

(3) **Aliments transgènics.**

Sobre aquests pesa una forta oposició de grups ecologistes. Segons aquestes organitzacions -que realitzen campanyes de publicitat i comunicació molt notòries- el consum d'aquests productes tenen riscos molt importants. Basen els seus arguments en que no es coneixen els seus efectes a mitjà i llarg termini (ja que són molt recents)...: (1) Podrien causar alteracions genètiques o reaccions al·lèrgiques a qui els consumeixin (2) Les plantes tractades podrien alterar l'equilibri natural -ecològic -. (3) Les companyies que desenvolupen aquests conreus tenen una mida gran i per això incrementen el seu control sobre el mercat i fan que els agricultors siguin cada vegada més dependents d'ells.

(4) **Arròs contaminat per arsènic als E.U.A.**

Segons estudis del propi govern dels Estats Units alguns conreus d'arròs quintupliquen la concentració d'arsènic en comparació amb arrossos europeus o asiàtics. Un estudi posterior de l'OMS va arribar als mateixos resultats. L'origen de la contaminació s'atribueix a tractament d'insecticides de les antigues plantacions de cotó.

(5) **Pollastre envasat. Agost 2005.**

Dues partides de pollastre precuinat i envasat al buit, contaminats amb salmonel·la provoquen més de 700 intoxicats per salmonel·losi. Encara que cap d'ells en fase greu, la notícia va ser portada dels mitjans de comunicació durant setmanes.

(6) Llet líquida. Octubre 2005.

Es detecta la contaminació de determinades partides de llet líquida per la utilització d'una substància química per part de l'empresa que etiquetava el producte.

L'empresa fabricadora va retirar el setembre totes les unitats posades a la venda en el mercat espanyol, tot i que el risc potencial per a la salut era extremadament baix.

Ni tan sols els estrictes controls pels que passa cada un d'aquests nous productes pot evitar la sensació-percepció del dubte que es genera en el consumidor final.

C. Crisis ecològiques amb incidència en productes alimentaris

(1) Intoxicació per insecticides organoclorats.

Des de la primera utilització del DDT, el 1941 s'han emprat diversos productes organoclorats de síntesi amb fins plaguicides per a la protecció de collites agrícoles.

Són components de gran estabilitat química i alta liposuccionabilitat que s'han convertit en una amenaça per a la salut humana i dels animals.

(N'hi ha prou en recordar l'accident de Sèveso - Itàlia- el 1976. Van morir 3.300 animals i 77.000 van ser sacrificats).

(2) Sòls contaminats: la "contaminació silenciosa"

És la contaminació que no deixa "empremtes" evidents en el moment en què es produeix sinó que poden transcórrer anys fins que sorgeixen formes amb efectes nocius per a la salut humana i el seu entorn.

- El 1978 salta el primer cas a la llum pública. Als E.U.A. en construir un canal de regatge fet en terrenys on s'havien realitzat abocaments tòxics. Van incrementar notablement el nombre d'avortaments i estranyes malalties que afligien a la població infantil.
- El 1980 a Holanda a Lekkerkerk es detecten alts nivells d'hidrocarburs a la sang de la població. El motiu va ser la construcció d'un barri sobre un antic abocador de residus químics amb els que s'"omplien" els buits que es generaven amb l'extracció d'àrids.
- Un dels primers casos succeïts a Espanya va ser el 1989: Una explosió en un taller d'automòbils de Gernika -on van morir dues persones- ocasionada per una absorció excessiva del terreny de grans quantitats de gasolina d'una estació de servei confrontant.

Altres casos notables dels que s'han fet ressò els mitjans de comunicació (i han influït en la percepció -negativa- del comprador - consumidor final de productes d'horta i fruita, carnis i també marítims.

- El desastre d'Aznalcollar (1998): Abocaments d'aigua àcida i llots tòxics. 4.402 hectàrees afectades. 29.500 Kg de peixos morts i 20.000 ocells que tenen des d'aleshores dosis elevades de substàncies nocives en el seu organisme.
- L'enfonsament del PRESTIGE (2002). 64.000 tones de fuel vessat a l'oceà. Més de 20.000 ocells morts i 200.000 'petroliades', impacte sobre la vegetació costanera.
- La contaminació de les aigües subterrànies per abocaments de purins.

La cria de bestiar porcí representa un 14% de la producció final agro-ramadera i el 1% del P.I.B.

El segon país de l'U.E. després d'Alemanya en nombre de caps de bestiar...

L'OMS ha donat a conèixer que quasi 80.000 tones reben aigua contaminada per sobre del nivell legal exigít (50 mil·ligrams per litre de nitrats).

(3) Abocaments en el mar des de terra.

- En el 47% de les aigües mediterrànies -espanyoles- i el 77% dels sediments s'han trobat substàncies químiques (procedents de productes d'higiene i neteja) la contaminació de les quals pot afectar el sistema hormonal i reproductiu de la fauna marina (OMS).
- A Espanya s'han perdut un 80% de les moles de peix pels alts índexs de contaminació i captures indiscriminades (Greenpeace).
- A Espanya també, el 85% dels rius les aigües dels quals desemboquen en la Mediterrània estan contaminades (OMS).
- Els grans centres industrials, agrícoles i ramaders del litoral aboquen cada any 120.000 tones d'olis minerals, 120.000 tones de substàncies tòxiques, 60.000 tones de detergents, 3600 tones de sabó, 3600 tones de plom... (Greenpeace)

Implicacions

Els fets -desastres ecològics- les associacions i els mitjans de comunicació es fan ressò entre els consumidors i consumidores de Catalunya i Espanya.

És difícil ser immune a les notícies de premsa escrita, ràdio i televisió. Consumir aliments, ingerir-los i processar-los a través de l'aparell digestiu té els seus riscos.

Algunes de les tendències que hem analitzat fins aquest punt...

- (1) Canvi en la natura de la despesa
- (2) Polarització de la societat
 - Rural-urbana
 - Els qui consumeixen el que necessiten vs els qui consumeixen el que volen
 - La polarització de la tercera edat
- (3) Un trasllat creixent de les despeses gràcies als preus
- (4) Productes còmodes i fàcils de preparar
- (5) Productes saludables
- (6) Consumidor casolà i accessible

especialment aquestes dues últimes estan molt lligades a la creixent preocupació per la salut. Nombroses crisis alimentàries i ecològiques han contribuït a què el consumidor sigui cada vegada més escèptic i menys crèdul. De què s'alimenten els animals que després es cuinen? Amb quines aigües es reguen les hortalisses que es consumeixen crues? Tenen alguna cosa a veure amb les malalties que patim o també amb les causes de la mort?

Causes de la mort

Novament la temor del consumidor: Quines són les causes de la mort? En quina mesura una alimentació deficient o no sana és causa de malaltia?

Les principals causes de la mort dels espanyols procedeixen de l'aparell circulatori i de diversos tumors.

Quantes de les defuncions totals anuals podrien tenir alguna cosa a veure amb l'alimentació?

De l'aparell digestiu, directament al voltant del 5%.

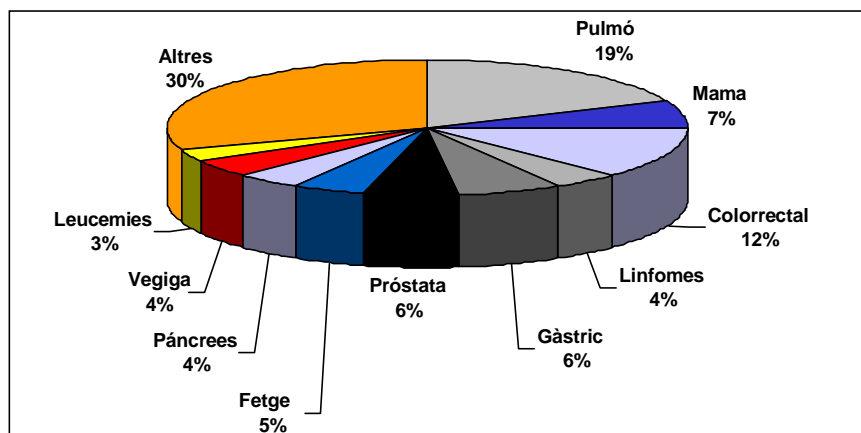
Causas de mort dels espanyols

	Home		Dona		
	1990	2001	1990	2001	
Aparell Circulatori	34,6	29,7	47,6	39,9	
Tumors	26,7	32,2	18,9	21,4	
Aparell Respiratori	11,1	11,8	8,1	9,4	
Aparell Digestiu	6,29	5,3	4,9	4,9	Estable
Morts violentes	7,92	6,1	3,2	2,6	
Reste	13,4	14,9	17,4	22,1	
Total	100	100	100	100	

Font: Elaboració pròpia en base a OMS i INE

Per entre les morts (any 2001) a causa de tumoracions, gàstrics un 6,5%, còlon un 4,5% i fetge un altre tant. És a dir, al voltant d'un 15-16% dels tumors- causa de la mort s'adiuen directament amb l'aparell digestiu.³

Porcentatges de mortalitat per tumors a Espanya



Font: Dades de 2001, INE 2004

No és estrany que empreses fabricants (primera i segona transformació) facin especial incidència en la salut i en els efectes beneficiosos d'una dieta sana o d'aliments amb components positius com l'Omega 3 o el calci o sense els negatius com el greix, el colesterol.

³ Aquestes xifres varien segons país i nivell de desenvolupament. Per exemple, el càncer d'estómac és molt més acusat en països subdesenvolupats i el de còlon en els d'elevat nivell de renda.

V. Els Canvis en la dieta són un fet.

Els espanyols han canviat de manera substancial de dieta en els últims 15 anys. En base a l'estudi anual que realitza el M.A.P.A. podem extreure algunes conclusions rellevants.

Productos consumidos (en Kg.)					
	1990	2000	2003	Evolución 90/00	Evolución 90/03
Huevos	253,2	222,4	217,2	-12%	-14%
Carnes y transformados	66,1	65,5	67,6	-1%	2%
Productos de la pesca	30,4	32,5	36,5	7%	20%
Leche líquida	109,3	116,3	108,3	6%	-1%
Derivados lácteos	18,4	35,8	37,1	95%	101%
Pan	56,4	58,4	57,0	4%	1%
Galletas, bollería y past.	14,2	12,4	13,7	-13%	-4%
Chocolates y cacao	2,7	3,1	3,2	15%	17%
Cafés y otras infusiones	3,1	3,7	3,9	19%	27%
Arroz	5,7	6,1	5,9	7%	3%
Pastas alimenticias	3,8	4,1	4,5	8%	18%
Azúcar	10,1	7,2	7,6	-29%	-25%
Miel	0,6	0,5	0,5	-17%	-20%
Legumbres secas	5,9	5,0	4,6	-15%	-22%
Aceites	21,8	20,7	20,8	-5%	-5%
Margarina	1,5	0,9	1,0	-40%	-35%
Patalas	54,1	48,2	45,4	-11%	-16%
Hortalizas frescas	69,1	62,4	66,6	-10%	-4%
Fruitas frescas	105,3	93,7	100,7	-11%	-4%
Aceitunas	3,2	3,2	3,8	0%	19%
Fruitas secas	2,3	2,6	3,3	11%	39%
Fruitas y horta transf.	12,8	16,3	17,4	27%	36%
Platos preparados	3,7	7,5	10,1	103%	173%
Vinos	37,4	32,7	28,2	-13%	-25%
Cervezas	67,4	54,9	57,5	-19%	-15%
Sidras		1,9	1,8		
Otras bebidas alcoholicas	8,3	4,9	4,8	-41%	-43%
Zumos	12,2	17,3	18,9	42%	55%
Aguas minerales	36,3	54,1	66,1	49%	82%
Gaseosas y refrescos	56,6	65,2	66,4	15%	17%
Otros	5,4	11,6	14,4	115%	167%
Total	1.077,3	1.071,1	1.094,5	-1%	2%

- Es consumeixen (en Kg i litres) la mateixa quantitat d'aliments.
- El consum s'ha disparat principalment en derivats lactis, plats preparats, aigües minerals i sucs.
- Aquest increment de la ingesta s'ha produït en decrement d'altres productes, de forma especialous, sucre, llegums secs, margarina i begudes alcohòliques.
- Es pren més cafè, més fruites seques i més fruites i verdures i més peix.

L'evolució general sembla anar més lligada en primer lloc a la conveniència i en segon lloc a la salut. Es consumeix menys brioixeria, menys sucre, menys oli però també menys hortalisses i fruites fresques (desconfiança del consumidor?).

El fet de consumir més articles preparats (també aigua) també pot ser conseqüència d'una progressiva i creixent confiança per l'envasament (el registre i control sanitari) i el producte manufacturat.

Lloc de la ingesta. Implicacions.

Un primer fet constatable és que l'alimentació se'n va a poc a poc fora de casa: de les llars a l'hoteleria.

Productes consumits (en Kg.)

	LLars	Hoste/Rest	Institucions	Total	Total/Per càpita	% unitats respecte total	
						% LLars	% Hosteleria
Any 1990	32.677,1	8.513,9	1.183,8	42.374,9	1.077,3	77,1%	20,1%
Any 1995	30.279,3	8.431,4	1.218,7	39.929,5	1.016,1	75,8%	21,1%
Any 2000	31.710,0	10.064,0	1.182,6	42.956,6	1.071,1	73,8%	23,4%
Any 2003	33.190,1	10.411,6	1.213,5	44.815,2	1.094,5	74,1%	23,2%
Evol 90/95	-7,3%	-1,0%	2,9%	-5,8%	-5,7%	-3,3%	3,3%
Evol 90/00	-3,0%	18,2%	-0,1%	1,4%	-0,6%	-1,3%	1,0%
Evol 90/03	1,6%	22,3%	2,5%	5,8%	1,6%	-4,0%	15,6%

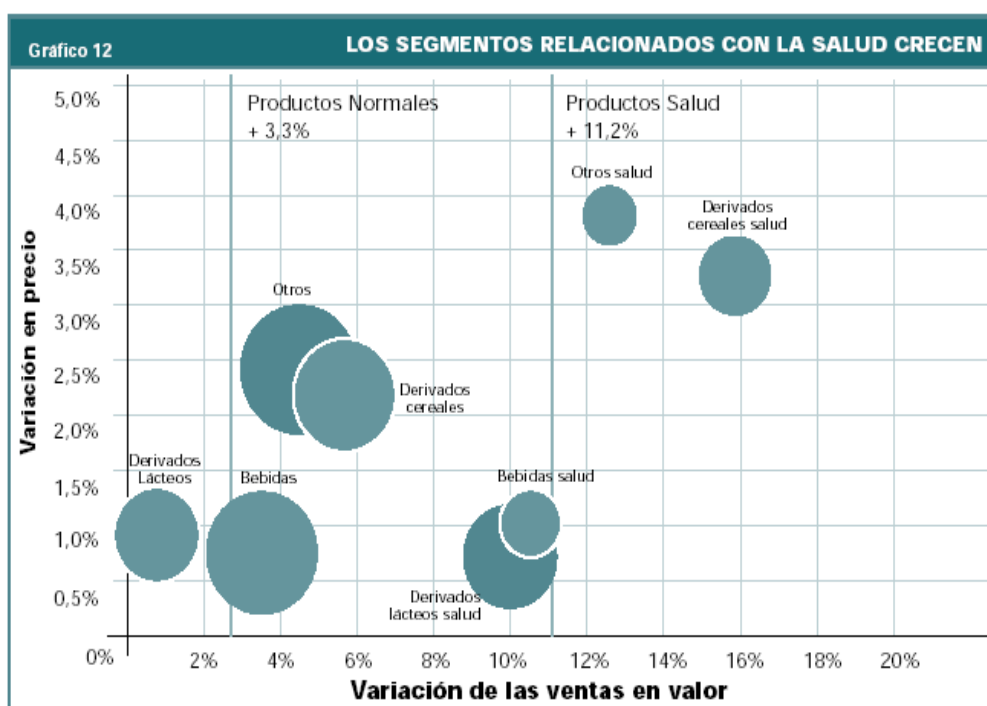
Font: Elaboració pròpia en base a M.A.P.A.

I que en cada un d'aquests canals s'estan operant notables canvis en els productes que es consumeixen: allò que s'està deixant de consumir a les llars es consumeix a la restauració. I viceversa.

Guanya a poc a poc -molt a poc a poc- però poc a poc quota el restaurant en -defecte de la llar. És a dir, s'està produint *un transvasament de dieta*.

CHNT.

Allò que és saludable ven. Els productes beneficiosos per a la salut van tenir a Espanya un creixement molt superior al de la resta de productes alimentaris (11.2% vs. 3.3%) l'any 2004. Això és una manifestació més del CHNT (Current Human Nutrition Thinking o Lògica Contemporània de l'Alimentació Humana).



Fuente: Elaboración propia a partir de IRI 2003 "La naturaleza del gasto", José Luis Nueno y Julian Villanueva (2004), AECOC

VI. Escoltar al consumidor o educar-lo?. El paper de la distribució comercial.

El consumidor creu que és acceptable comprar i consumir articles alimentaris a partir de la seva comprensió dels ingredients i els productes que existeixen al mercat. Realment no sap bé el que vol, o millor dit, el que podria voler, perquè desconeix el potencial tecnològic de la indústria, la capacitat d'innovació de la ciència o de les necessitats reguladores que té l'administració. El consumidor sap doncs el que vol a partir d'allò que veu i coneix. Podem afirmar que la innovació i, per tant, el desenvolupament de la demanda potencial neix gairebé sempre com a fruit de l'anticipació.

Parlant en termes de qualitat i seguretat alimentària la posició de les empreses transformadores i fabricants pot optar per un dels tres nivells següents:

A. *El bàsic*: ofertar al consumidor el que demanda. ¿Etiquetat? Doncs etiquetat... ¿Més informació sobre els productes al prestatge? Doncs més informació... ¿Informació sobre traçabilitat? Doncs informació sobre traçabilitat.

B. *El mitjà*: analitzar les tendències actuals de consum i projectar-les. ¿Es treballen més hores? Doncs menjar precuinat. ¿Envelliment de la població? Doncs més articles específics per al target de la tercera edat.... ¿S'incrementa el nombre d'immigrants? Doncs desenvolupar articles –o senzillament importar-los– per aquest target.

C. *El superior*: Identificar solucions en busca d'un problema. Veure l'obra de teatre des de l'altre costat. No simplement donar solucions a un problema que ja esta succeïnt.

El paper de la distribució comercial

Els proveïdors no poden prendre totes les decisions sense tenir en compte el seu *soci* natural. Necessita aplegar voluntats amb el seu client directe: tant si es tracta de productes manufacturats, perquè en aquest cas sense la xarxa de tendes que creen l'oferta alimentària difícilment podria accedir al client final, com també en el cas de productes sense transformar, ja que en aquest cas el detallista es fa càrrec de la responsabilitat directa davant el client que els compra per consumir.

En aquest sentit, el detallista es converteix en còmplice del proveïdor i, per tant, també directament en *co-interpretador* de les demandes de qualitat i seguretat alimentària.

VII. Implicacions sobre la qualitat dels aliments

1. Desenvolupament dels processos de certificació i control de qualitat.

Més enllà dels aspectes purament legals és previsible que s'estenguin i ampliiin els controls de qualitat en els aliments tan frescos com envasats, a aspectes que van més enllà de l'estrictament sanitari (p.e. en la fruita, a més del calibre, començarà a parlar-se de grau d'acidesa o sucre). És per tant molt probable que la qualitat en alimentació trascendeixi progressivament els conceptes de procés de producció, formulació o tractament de les matèries primeres. Creixerà l'interés pel Què en substitució del Com.

2. Control estricte de la vida dels productes. Caducitat.

Relacionat també amb el capítol de seguretat alimentària. En tots els productes –inclosos els peribles com la carn i el peix– s'exigirà progressivament un major

nivell d'informació sobre caducitats i recomanacions de dates preferents de consum. En totes les línies de productes.

3. Ampliació dels sistemes/serveis d'informació al consumidor.

Més informació sobre el que es compra i es menja a l'etiqueta i també més informació accessible per mitjà de la pàgina web de l'empresa proveïdora, consulta personalitzada o en el lineal en el punt de venda.

4. Desenvolupament de protocols detallats de qualitat per part del detallista.

Tal com dèiem en el punt 1, el detallista exigirà –especialment en productes frescos perquè són els menys *controlats* fins ara– una especificitat major en les condicions d'entrega del producte. No únicament en l'apartat de la logística sinó també el de les característiques organolèptiques del producte. Per exemple, en carns protocols de raça i tipus d'alimentació; en fruita, a més dels bàsics com poden ser la varietat, l'origen, el calibre, la categoria i el grau de maduració s'exigiran altres de més sofisticats com la textura, la dolçor o el grau d'acidesa. En peix, la varietat, l'origen, el tamany i el temps de caducitat...

La definició d'aquests productes per part de les empreses d'hipermercats i supermercats es farà extensiva progressivament a altres tipus de comerç, inclòs el tradicional.

Implicacions sobre la seguretat alimentària.

Hem dit ja que la qualitat i seguretat alimentàries estan íntimament relacionades. Fins i tot és possible que el consumidor final confongui ambdós aspectes o que els identifiqui. Un consumidor cada dia més àvid de qualitat reclama lògicament també més quotes de seguretat.

La seguretat alimentària vindrà condicionada per quatre exigències creixents:

1. *Més informació.* Especialment en els apartats que afecten a nutrició, aportacions vitamíniques, contraindicacions i compliment de la normativa vigent. Ja no és suficient indicar el registre sanitari, s'ha d'informar sobre les conseqüències beneficioses o nocives que pot tenir un aliment sobre la salut (per exemple: les al·lèrgies o determinats ingredients o aditius)

2. *Conservació.* La seguretat alimentària es garantitza també per mitjà d'una correcta manipulació dels articles des del moment en que aquests són recolectats o envasats fins que arriben al comprador i consumidor final. S'exigirà amb molt més èmfasi en el manteniment de la cadena de fred. En articles frescos i refrigerats i sobretot en congelats.

3. *Traçabilitat,* En aquest apartat ens referim no sols a l'origen, sinó fonamentalment als tractaments fitosanitaris i químics, aigua de rec... En el cas de les fruites i verdures, a l'alimentació i tractaments veterinaris dels animals de carn i a les condicions de captura en el cas de la pesca.

4. *Exigències dels detallistes.* Els detallistes assumeixen bona part del risc sanitari. El consumidor té com a referència quasi exclusiva a aquests quan compren a orri. S' haurà d'esperar per tant que exigeixin màximes garanties per als productes que venen. Les empreses proveïdores que no siguin capaces d'oferir informació detallada i fiable als seus clients majoristes o detallistes sobre traçabilitat, sobre conservació i en definitiva sobre la seguretat

alimentària dels seus productes tindran un futur difícil. Els canals de distribució (siguin els que siguin) guanyaran la batalla del fresc en la mida que garanteixin la qualitat homogènia en el temps i donin una garantia sanitària.

VIII. Algunes lliçons per al sector agroindustrial de Catalunya.

El consumidor mana perquè és qui finalment compra. És absolutament imprescindible entendre'l per tenir garantia que allò que es produeixi s'acabarà consumint.

1. Fet: *L'alimentació és una despesa cada vegada menys important per al consumidor.*
Conseqüència: Caldrà elaborar o fabricar productes que captin la seva atenció. La innovació (en producte, empaquetatge o conveniència) serà bàsica.
2. Fet: *El consumidor desconfia de la qualitat dels productes alimentaris (pel medi ambient, pel tractament i transformació...).*
Conseqüència: Caldrà treballar en les àrees de traçabilitat i garantia sanitària i comunicar.
3. Fet: *És un consumidor més entrenat. Té cada vegada més gran capacitat de selecció, sap on comprar i coneix molt bé els preus.*
Conseqüència: Caldrà informar-lo i dir-li la veritat.
4. Fet: *És un consumidor més còmode: Ho vol tot ràpid, a prop i fàcil de preparar.*
Conseqüència: Caldrà desenvolupar productes i serveis que facin enfront de la seva exigència (Més plats preparats? Productes més fàcils de consumir, de desempaquetar? Sense la necessitat d'utilitzar coberts?).
5. Fet: *És un consumidor més vell: Té més experiència, però menys memòria. Se'n refia del que recorda.*
Conseqüència: Caldrà pensar en l'efecte demogràfic del consum: en el cost dels aliments, el tipus de productes (adequats a les seves necessitats dietètiques).

Una més gran importància del Preu, més gran necessitat d'informació, qualitat i garantia sanitària, més gran adequació a les seves necessitats -comoditat- són factors que demostren la conveniència d'un acostament progressiu entre agricultors-elaboradors/transformadors i distribuïdors.

Conveniència o necessitat? Totes les baules són mútuament dependents. La traçabilitat, la qualitat i el preu afecten a tota la cadena de distribució.