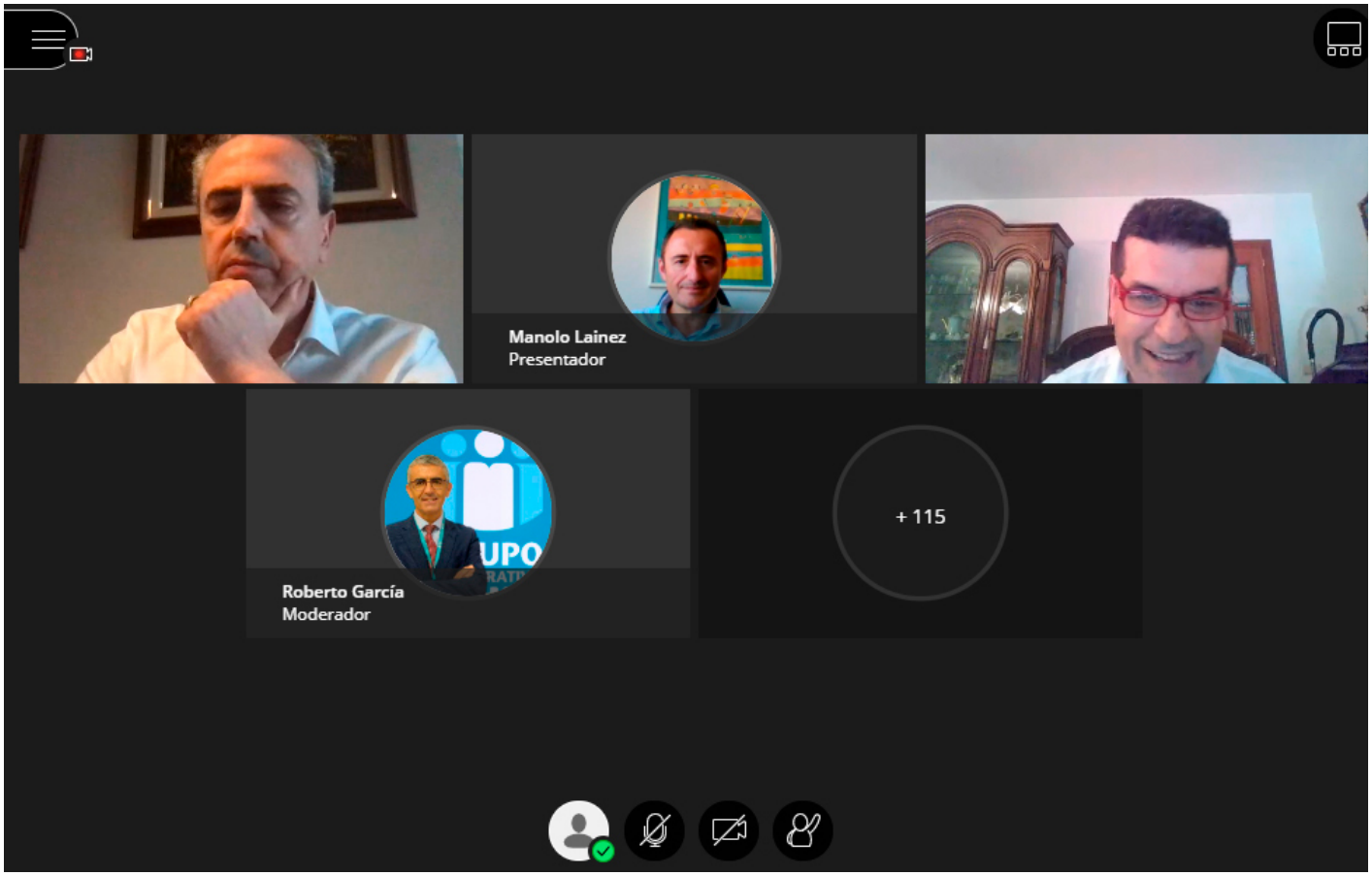
La covid-19 elevará la demanda de alimentos saludables de origen local



Los expertos en nutrición y la cadena agroalimentaria apuntan a un incremento de los alimentos que cuiden el sistema inmunitario, de origen local, y a un aumento de las compras digitales en un encuentro organizado por Cajamar, con la colaboración de CECU y la APAE.

Representantes de la cadena alimentaria –consumidores, investigadores, empresarios y periodistas- han compartido, con más de un centenar de asistentes al encuentro digital “La respuesta del sector agroalimentario a las demandas de los consumidores”, sus perspectivas sobre las nuevas tendencias de los hábitos de consumo y cómo afectará la pandemia de la covid-19. Todos ellos han coincidido en que los consumidores demandarán productos saludables, preferentemente que cuiden el sistema inmunitario, sostenibles, de proximidad -alimentos españoles frente a los de otros orígenes-, y a precios razonables.

La respuesta del sector agroalimentario es coincidente respecto a un modelo de alimentación saludable y sostenible, así como a la producción de alimentos diferenciados que permitan

conseguir unos precios que remuneren mejor los costes de producción y generen valor añadido en las zonas rurales, permitiendo mantener en origen la actividad económica en la España 'despoblada'. También se ha reconocido la labor de periodistas y cocineros para fomentar los conocimientos sobre el valor nutricional de los alimentos y desactivar las 'fake news' o noticias falsas.

El encuentro, organizado por Cajamar, en colaboración con la Confederación Española de Consumidores y Usuarios (CECU) y la Asociación de Periodistas Agroalimentarios de España (APAE), ha sido presentad¬o por el director de Innovación Agroalimentaria de Cajamar, Roberto García Torrente, que ha explicado que el sector agroalimentario es uno de los más importantes en la economía española pero también uno de los grandes desconocidos, ya que "cada vez hay más distanciamiento entre el productor y el consumidor". Y ha resaltado la importancia de la comunicación y de la transferencia del conocimiento entre todos los agentes de la cadena agroalimentaria con encuentros como el celebrado.

El presidente de la Confederación Española de Consumidores y Usuarios (CECU), Fernando Móner, ha señalado que "estamos ante un consumidor preocupado por su salud, sensible con el desperdicio de alimentos y respetuoso con el medio ambiente", según muestran los resultados de la Encuesta de hábitos de compra y consumo 2019, que recoge la opinión sobre los hábitos de 3.300 consumidores, y "más aún tras la pandemia" ha indicado.

La encuesta también muestra la 'infidelidad' de los consumidores, ya que el 60 % de los encuestados cambia cada año su consumo de productos y de establecimientos. Además, pone de manifiesto que los españoles, al menos hasta fecha reciente, hemos sido poco tecnológicos a la hora de realizar la compra de alimentos y bebidas, en 2019 supuso apenas un 3 % de las compras, si bien este porcentaje ha subido hasta un 12 % durante la pandemia.

Móner ha avanzado durante el encuentro que, en una nueva encuesta realizada para conocer cómo han cambiado los hábitos de consumo durante la pandemia, un 60 % de los consumidores han valorado positivamente la percepción de la cadena agroalimentaria. A su juicio, esto se ha debido a que ha sido capaz de superar las expectativas de los consumidores, ya que "todos recordamos las colas en los supermercados los días previos al decreto del estado de alarma, porque se desconocía la respuesta del sector sobre si iba a haber o no desabastecimiento. A los pocos días se acabaron, porque nos convencieron de que la cadena no iba a permitir que no hubiese stock".

Al hilo de esto, la presidenta de Vitartis, Beatriz Escudero, ha explicado que el sector se ha esforzado mucho "por mantener la seguridad de sus empleados, de los alimentos, por mantener el abastecimiento, a pesar de las dificultades y de sufrir incrementos de costes y bajadas en la rentabilidad". Ha recordado que la cadena agroalimentaria también ha sufrido la crisis en origen, ya que ha estado cerrado el canal HORECA, con la reducción de ventas que eso conlleva; y ha aplaudido que, desde el primer momento, el sector agroalimentario se haya volcado en apoyar

socialmente a sanitarios y personas más desfavorecidas, con la donación de EPI y alimentos, entre otras acciones.

Escudero ha explicado que la pandemia ha cambiado los hábitos de consumo de la cesta de la compra, ya que ha subido un 37 % el ticket medio de compra, se almacenan más alimentos, puesto que la compra se hace con menor frecuencia, la realizamos en tiendas de proximidad, el comercio electrónico ha crecido y buscamos productos saludables, seguros y a buen precio. Por ello, la industria alimentaria está trabajando en “productos con propiedades funcionales y nutricionales, envases sostenibles, reducción de precios y promociones”. La presidenta de Vitartis ha avanzado que la industria está desarrollando “formatos para delivery y productos premium, ya que vamos a consumir más en casa” ha explicado.

El catedrático de Nutrición y Bromatología de la Universidad CEU San Pablo, Gregorio Valera, ha puesto en valor la dieta mediterránea como origen de alimentación saludable, sostenible y equilibrada. Ha indicado que “los consumidores van a dar prioridad a los alimentos saludable e irá in crescendo. Sobre todo, aquellos que cuiden el sistema inmunitario, los productos locales y a unos precios razonables”. Valera ha invocado a los consumidores a consumir alimentos españoles frente a otros orígenes, “para apoyar lo nuestro, reconocer el esfuerzo que han realizado durante los peores momentos, por ser más sostenible”.

Por último, el secretario de la APAE, Álvaro Bárez, ha afirmado que “el sector agroalimentario ha estado a la altura de las circunstancias durante la crisis sanitaria”, mostrando capacidad de respuesta; ha augurado que el consumidor irá a comprar productos saludables, de origen local y por precio, y ha advertido que el “e-commerce ha llegado para quedarse” y que habrá que ver cuáles serán los efectos de la estrategia europea ‘de la granja a la mesa’.

Asimismo, Bárez ha explicado la importancia que el sector agroalimentario sea proactivo en la comunicación, ya que el 30 % de las noticias falsas que se publican en internet son sobre alimentación.