



FUNDACIÓN
FORO AGRARIO

NOTA DE PRENSA

JORNADA DE ESTUDIO

“INCREMENTO DEL CONSUMO DE FRUTA EN LA UNIÓN EUROPEA”

La Fundación Foro Agrario, en colaboración con el Proyecto Europeo ISAFRUIT y dentro de su Observatorio de Seguridad Alimentaria y Análisis de la Cadena de Valor, ha celebrado en Madrid una Jornada de Estudio para evaluar las estrategias recomendables en la implantación de innovaciones que estimulen el consumo de fruta en la Unión Europea.

Los expertos asistentes procedían de diversos campos de especialización. Se encontraban representantes de centros universitarios y de investigación (Universidad Politécnica de Madrid, Universidad Complutense de Madrid, Universidad Agraria de Atenas, CSIC), Administración Pública (MARM), asociaciones de consumidores (Asociación Nacional de Amas de Casa), mercados mayoristas (Mercamadrid), asociaciones de promoción de consumo de frutas (5 al día), entre otros.

Se analizó el Marco Teórico desarrollado específicamente para el proyecto. En él se muestra cómo se debe realizar la transición desde un bajo hasta un alto consumo de fruta. Para esta transición se han estudiado estrategias para el desarrollo de innovaciones en el consumo de fruta, así como la posible implantación de dichas innovaciones. Las 19 innovaciones seleccionadas para el análisis proceden tanto de estudios de casos, como de innovaciones estudiadas dentro del proyecto ISAFRUIT. La tarea de los expertos fue evaluar qué estrategia se consideraba la adecuada para cada una de las innovaciones.

Entre las innovaciones planteadas se encontraban algunas que ya están disponibles en el mercado (fruta troceada, ensaladas de fruta, zumos de frutas mezclados con lácteos, etc.), así como innovaciones en el procesado o en la comercialización (fruta mínimamente procesada, máquinas dispensadoras de frutas, nuevos etiquetados, etc.) e innovación en el proceso de desarrollo (creación de redes en la cadena de suministro, técnicas alternativas para la reducción de patógenos, etc.), así como la obtención de variedades que no produzcan alergias a ciertos consumidores, envases inteligentes que respondan a los cambios del entorno, papel de las marcas comerciales, en especial las marcas del distribuidor (MDD).

Los expertos mostraron diferentes puntos de vista durante la Jornada. No obstante, la mayoría estuvo de acuerdo en la necesidad de una clara estrategia de educación e información al consumidor. Difícilmente se puede esperar que adopte una innovación si no sabe con precisión de qué se trata y qué ventajas tiene. También se consideró necesaria una estrategia de mejora de producto y detección y corrección de errores.

Actualmente hay productos en el mercado con gran aceptación (por ejemplo, tarrinas de fruta cortada) pero con gran heterogeneidad en cuanto a sabores, texturas, etc. Para que estos productos sean exitosos, deben satisfacer las expectativas del consumidor, y ésto no se cumple siempre.

Por otro lado, se consideró muy importante la promoción del consumo de fruta tanto en comedores escolares como en todo el canal HORECA. Es necesario crear los hábitos de consumo desde la infancia, y actualmente muchos menús carecen de fruta fresca.

También se comentó la importancia de diferenciar el consumo de fruta fresca y de zumos. Aunque el consumo de zumos es saludable y beneficioso, en ningún caso debe sustituir a la fruta fresca. Es preocupante que en España, un país productor con gran variedad de fruta a lo largo de todo el año, el consumo de fruta lleve una tendencia descendente en los últimos años.

Se consideró que hay que potenciar el consumo de fruta tradicional y combinarlo con las innovaciones. Dado el ritmo de vida actual, cada vez es más importante la comodidad y, en muchos casos, la fruta tradicional no es fácil de consumir, así que las innovaciones deben ir encaminadas a facilitar el consumo de fruta en situaciones fuera del hogar.

Sobre el papel de los poderes públicos en apoyo al I+D+i, se considera que deben priorizar la investigación básica (I), que a corto plazo resulta menos rentable, coordinando con el sector privado las fases siguientes (D+i).

Los gobiernos deben potenciar el consumo de fruta apoyando las campañas de promoción y promoviendo el marco para facilitar a las empresas privadas el desarrollo de innovaciones.

Con un esfuerzo de todos los eslabones de la cadena de valor, será posible cumplir el objetivo y alcanzar unos niveles de consumo de fruta suficientes en la dieta de los europeos.

Los asistentes a la Jornada agradecen a la Fundación Foro Agrario la oportunidad de haber participado en esta Jornada de Estudio y la encomiendan su difusión entre las distintas instituciones y representaciones políticas, económicas y sociales de ámbito autonómico, nacional y comunitario, con intereses y responsabilidades en la Cadena de Valor de los Productos Agroalimentarios.

Madrid a 18 de enero de 2010