

## Introducción

# Evolución y tendencias del sector de la carne

Las industrias cárnicas y lácteas, por cifra de negocio, ocupan las dos primeras posiciones de toda la industria de alimentos y bebidas. Renovación, modernización y diversificación de los productos son, en ambos casos, instrumentos estratégicos dentro de las estructuras del sector para poner a disposición del consumidor una amplia gama de alimentos con mayor valor añadido, competitivos, pero sobre todo de calidad, sanos y seguros. Se trata, en definitiva, de obtener una producción equilibrada y racionalizar el aprovechamiento de recursos, donde el bienestar animal ocupa un sitio destacado. En el caso de la carne, productos cada vez más elaborados (fileteados, envasados para el libre servicio, etc.) así como de marca para identificar y diferenciar la carne a través de “Marca Certificada”, obtenida en base a unos pliegos de condiciones auditados por una empresa certificadora facultada, que viene a sumarse a las denominaciones específicas de “IGP” y “Marcas de Garantía” (MG) regidas por Consejos Reguladores y que ofrecen un plus adicional en cuanto al manejo, alimentación y calidad de la carne de razas protegidas. Respecto a la leche, la implantación de sistemas de control de calidad del producto, la mejora en gestión medioambiental o la innovación en sistemas de explotación y en materia de ordeño, serían algunos de los factores que se conjugan para llevar al mercado productos con grandes cualidades y a los que habría que añadir los funcionales o enriquecidos. Experiencia que también se va intentando trasladar al mundo de la carne.

## BALANZA COMERCIAL

Al contrario que en la leche, la balanza comercial en el sector cárnico es muy positiva. Las importaciones totales de carne en España se sitúan por encima de las 400.000 toneladas y los 1.300 millones de euros, mientras que las exportaciones se establecen en torno a la cifra de 1,1 millones de toneladas y los 2.300 millones de euros aproximadamente. Dentro de las importaciones destacan las de vacuno con unas 128.000 toneladas y en el lado de las ex-

portaciones claramente las de porcino con unas 655.000 toneladas. Las exportaciones de vacuno habrían ascendido hasta un total de unas 145.000 toneladas, sumando carne y peso de animales vivos en equivalente a canal. La mayor parte son de carne de vacuno fresca (85%) y el destino principal algunos de nuestros socios europeos, en especial, Portugal. En cuanto a congelada, el principal cliente es Rusia. Respecto a las importaciones, el 75% sería de carne fresca y el resto congelada. Alemania y Brasil serían nuestros proveedores más importantes. En general, los pronósticos apuntan a una corriente exportadora positiva en nuestro país. Lo mismo sucede a nivel comunitario, donde las exportaciones de carne de vacuno hacia terceros países se están recuperando lentamente, si bien las importaciones han crecido significativamente en los últimos años hasta situarse en torno a unas 500.000 toneladas. Asimismo, los intercambios intracomunitarios van retomando posiciones anteriores a la crisis de EEB superando ya los 2,5 millones de toneladas.

## DISTRIBUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN CÁRNICA

En España la producción total de carne entre las diferentes especies (vacuno, ovino, porcino, aves, etc.) se acerca a los 6 millones de toneladas. Un análisis de la producción pone de manifiesto que el porcino con cerca de 3,5 millones de toneladas supone casi el 60% de todas las carnes obtenidas. En segunda posición estarían las carnes de ave, un 25%, y en tercer lugar la carne de vacuno con un 11%. Más alejadas quedarían las de ovino y caprino, con poco más de un 4%, y en posiciones ya bastante menos relevantes las cunícolas y el resto de especies. Una estructura que no se aleja sustancialmente de la registrada en el marco europeo, excepto en lo que se refiere a una menor participación dentro del conjunto cárnico del porcino en la zona comunitaria (51%) en beneficio de un mayor protagonismo del vacuno (19%).

## RAMA AGRARIA Y SUBSECTORES DE CARNE Y LECHE EN LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

<b>Rama Agraria</b>	41.700 mill. de € Valor de la Producción Final Agraria (PFA)* Empleo: 1.020.000 activos (casi un 95% dentro de la rama agraria, el resto pesca)			
<b>Sector ganadero</b>	Valor	mill. €	% PFG	% PFA
	Total Producción Animal	14.750	100	35
	Carne y Ganado	10.600**	72	25
	Productos Animales	4.150	28	10
<b>Sector Bovino</b>	Total Productos del bovino	5.400	36	13
	Carne y ganado	2.400	16	6
	Leche	3.000	20	7
	Explotaciones: 189.500. Unas 29.300 de especialización lechera. Producción materias primas: 650.000 toneladas de carne y unos 6 millones de toneladas de leche			
<b>Industria Alimentaria</b>	80.000 millones de euros de cifra total de negocio (mayor sector industrial en la actualidad) 31.100 empresas Empleo: 530.000 activos			
<b>Industria Cárnica</b>	18.500 millones de euros cifra total de negocio (90% mercado interior) Más de un 20% de la facturación de la industria alimentaria española y un 14% del PIB industrial 4.400 empresas 6.770 instalaciones industriales 715 Mataderos 2.000 Salas de despiece 4.055 Industrias de elaborados			
	88.000 trabajadores de empleo directo			
<b>Industria Láctea</b>	9.000 millones de euros de cifra total de negocio (95% mercado interior) 1.700 empresas 30.000 trabajadores			

Elaboración propia. Datos orientativos

(Fuentes: Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. -Subdirección General de Estadística. INE y EPA)

PFA: Producción Final Agraria

PFG: Producción Final Ganadera

\* Valores corrientes a precios básicos

\*\* Esta cantidad representa alrededor de la cuarta parte del valor total de la producción cárnica en la UE, de más de 40.000 mill. de €

### EL GANADO BOVINO

La capacidad del ganado bovino para aprovechar recursos pastables aportando carne, leche, cuero y trabajo ha sido aprovechada por el hombre desde tiempos inmemoriales, si

bien en la última modalidad ha venido siendo sustituido progresivamente por la mecanización del campo. Actualmente, en nuestro país, se integran o conviven los sistemas de producción tradicionales, basados en el empleo de las razas autóctonas adaptadas al medio con modernos métodos de pro-

ducción intensiva asistidos por las más avanzadas tecnologías. De acuerdo con el libro de la “Ganadería Autóctona en España”, editado por el MARM, estas razas constituyen el Patrimonio de la Ganadería Española, se explotan en España desde tiempo ancestral, adaptadas a la diversidad climatológica,

orográfica y las distintas formas de manejo y por sus especiales sistemas de explotación, ligados a las características geográficas y del ecosistema del territorio que ocupan, son por derecho propio singulares en el ámbito de la cabaña de la UE. La siguiente tabla recoge sus rasgos más característicos:

### Rasgos Principales

Biodiversidad	Por sus regiones de cría, formas de explotación, estructuras o proyección genética
Producción cualitativa y cuantitativa	Desarrollo de IGP, Marcas de Calidad y Garantía, con animales que son sacrificados entre 400-600 kg/vivo y elevados rendimientos a la canal, superiores al 60%
Genética	Aprovechamiento de ejemplares mejorantes e inseminación artificial, son pilares básicos para su potenciación genética
Sistema pastoril	Aprovechamiento de pastos en altura durante el verano y regreso a valles y dehesas de origen para pasar el invierno. Trashumancia y trasterminancia (en vías pecuarias, el primer término hace referencia a un recorrido superior a 100 km. y el segundo cuando es inferior a esta distancia)
Explotación	En extensivo durante las primeras etapas de la vida de sus crías para acabado en cebaderos especializados, propios o ajenos

La multiplicidad de razas actual se basa principalmente en la combinación de un puñado de variedades iniciales y su cruzamiento posterior, si bien desde antaño se ha venido recurriendo a estas técnicas cuando se ha pretendido una mejora deliberada de la especialización. Las razas inglesas, holandesas o suizas, han sido desde siempre algunas de las más utilizadas y son ejemplos la Hereford inglesa, convertida en una de las variedades de engorde más difundida por el mundo -en especial en el continente americano- y la Frisona o Holstein autóctona de Holanda y el norte de Alemania, que no obstante ha ido perdiendo masa muscular al dársele preferencia a su rendimiento lechero. En Europa, predominan las razas mixtas con buenos rendimientos de carne y leche, mientras que en América y Australia prevalece la cabaña bovina para carne. Así se generan tipos de carne con distinto veteado de grasa, que llega a ser casi perfecto en el caso de la Wagyu de Japón con unos procedimientos de cría, engorde, etc., muy peculiares. Por otra parte, la gran diversificación de cruces en la actualidad alumbró el

término “conjunto mestizo” como forma de clasificación de estos efectivos en el proceso de carnización. El sector bovino nacional, en su doble actitud cárnica y lechera, ha sido tradicionalmente uno de los pilares de la ganadería interior, estando intrínsecamente arraigado en el tejido social del medio rural.

## PRODUCCIÓN BOVINA

A nivel mundial, los volúmenes superan los 60 millones de toneladas y se acercan a los 8 millones de toneladas en el caso de la UE. En ambos casos, también con una cierta evolución regresiva respecto a ejercicios precedentes, aunque con tendencia a la normalización a medida que se han ido erradicando y superando los problemas generados por la aparición de la epizootia esponjiforme (EEB) en 2001. En ese momento, se proyectaron al alza de manera alternativa los consumos de carnes exóticas (avestruz, can-

guro, oso, antílope, etc.) práctica que parece haberse detenido una vez recuperada la confianza del consumidor en base a los rigurosos protocolos de trazabilidad adoptados para el control de la cabaña y de las garantías de la carne. La profesionalización y la diferenciación productiva ha sido una característica de los ganaderos españoles en los últimos años, aunque en detrimento de su número. En 2007, la producción de carne se elevó a 650.000 toneladas, algo inferior a la de los últimos ejercicios pero del orden de casi 100.000 toneladas por encima si lo comparamos con hace una década. No obstante, a corto plazo se estima un incremento de las producciones hasta alcanzar las 670.000 toneladas. En materia de mataderos, Cataluña concentra más de un 20% del total, seguida de Castilla-León (16%), Galicia (13%) y Madrid (9%). Entre los mataderos más importantes por su nivel de actividad está el de MERCABARNA con una producción cercana a las 30.000 toneladas. En cuanto al valor, los 2.400 millones de euros alcanzados suponen más de un 20% de todo el conjunto cárnico. El mercado nacional se inclina por las carnes de toros y añojos, 50% de la producción, mientras que las de ternera apenas supone el 8%. Estas y otras cifras se pueden ampliar de forma detallada en los primeros puntos del estudio.

## EL PROTAGONISMO DE LA RED DE MERCAS EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CARNES

Muchos han sido los cambios operados en las estructuras de la Red tras casi cuarenta años de funcionamiento de las MERCAS, tanto en lo que concierne al servicio municipalizado de Matadero, como en lo que se refiere a las modernas dotaciones de Mercados Mayoristas de la Carne y el resto de empresas de distribución cárnica que operan dentro de las Unidades Alimentarias desde las naves multiusos, Zonas de Actividades Complementarias (ZAC), etc. Una evolución impulsada por incardinar cada una de las necesidades de oferta de clientes muy distintos, tienda tradicional, supermercados, grandes cadenas de hipermercados, empresas de hostelería y restauración, catering o colectividades, pero sobre todo en beneficio del destinatario último, el consumidor, que además de demandar calidad e innovación, se muestra especialmente interesado por los aspectos higiénico-sanitarios del producto. En este frente, el tejido empresarial de la Red realiza grandes inversiones

para renovar sus instalaciones de forma permanente incorporando tecnologías de vanguardia que permiten controlar de manera exhaustiva todo el proceso desde “la granja a la mesa”. Equipados con los más modernos medios para desarrollar el conjunto de la actividad, en especial, hay que destacar el exigente cumplimiento de los protocolos de sanidad y trazabilidad a fin de ofrecer las máximas garantías de seguridad y calidad, acreditadas incluso por certificaciones AENOR en materia de certificado del sistema de gestión de calidad, las Normas ISO 9001:2000 en lo que se refiere a homologación de instalaciones (fundamental para el comercio intracomunitario). También, en ocasiones, de la referida “Marca de Calidad” dirigida a dotar al producto de sello de calidad diferenciada, que además de ser un aval ofrece información adicional en el etiquetado respecto a los estipulado en la normativa oficial. En la actualidad, dentro de las 23 MERCAS en funcionamiento, cuya superficie global es superior a los 7 millones de metros cuadrados, operan relacionados con el sector de la carne 6 Mataderos, 2 Mercados Mayoristas de la Carne y otra serie de empresas especialistas en la distribución de carne al por mayor. En conjunto, más de 500 operadores que en el último año comercializaron en torno a 400.000 toneladas de productos cárnicos, con un valor económico superior a los 1.300 millones de euros. Alrededor de un 40% de las ventas son producciones de vacuno, un 40-45% de porcino y el resto se reparte entre ovino, avícola, casquería y congelado. El número de cabezas sacrificadas en matadero se aproxima a los 2,5 millones, casi un 10% (en torno a 200.000) de vacuno, con un peso medio de canal de uno 270 kg, equivalentes a unos 460 kg/vivo. En cuanto al origen, las principales aportaciones en animales y canales son de la UE y, en especial, España. Respecto a las importaciones proceden en su mayoría de Argentina, Uruguay o Brasil. El núcleo principal de las ventas lo configuran las canales, medias canales, los cuartos y los despieces a gran escala, si bien a través de las salas de ventas, aplicando los más modernos medios tecnológicos, también se realizan y elaboran otros distintos cortes, según pedido cliente, dirigidos tanto a profesionales de carnicería como a la venta directa, en formatos de bolsas o barquetas y en atmósfera modificada o al vacío. Asimismo, todas las Unidades Alimentarias cuentan con avanzados sistemas de comunicación y gestión medioambiental aplicando un alto rigor en materia de recogida y eliminación de residuos, incluida la implantación de APPCC (Análisis

de Puntos Críticos), controles de trazabilidad y eliminación de materiales MER. Todo ello desde la pretensión de la prestación de un mejor servicio público, cuidando al máximo la calidad y seguridad alimentaria, objetivos prioritarios de Mercasa y su Red de Mercas. Desde las iniciativas de formación se desarrollan cursos y talleres pedagógicos y prácticos para escuelas de formación, profesionales de la carnicería-charcutería, tiendas de gourmet, etc., organizados tanto a nivel corporativo, como implemento de su actividad, como en colaboración con organizaciones y empresas del sector a fin de formar nuevos trabajadores, investigar y conocer nuevas alternativas de optimización del trabajo, o las modernas necesidades del mercado en cuanto a preparación de los productos, pautas comerciales, etc. Desde un sentido filantrópico, los resultados prácticos de los talleres, comidas, etc., son donados en muchos casos a instituciones de carácter social como residencias, comedores de auxilio, etc. Dentro de la prestación de servicio público, cabe resaltar otro de los grandes objetivos de Mercasa, ser herramienta determinante para la ordenación general de la economía y desde esta perspectiva su contribución clara a la transparencia de mercado. De acuerdo a este objetivo, Mercasa y su Red de Mercas realizan un trabajo permanente de seguimiento e información sobre el funcionamiento de los mercados que permite segmentar los análisis o aportar información puntual para conseguir ese propósito. En este escenario habría que enmarcar de nuevo esta publicación que recoge, de la manera más didáctica posible, dentro de sus páginas todos aquellos aspectos más interesantes de este nutritivo alimento encuadrado dentro de nuestra dieta mediterránea.

## CONSUMO Y LUGAR DE COMPRA

Según los datos recogidos por el Panel Alimentario del MARM, el consumo total de carne en los hogares en 2007 se situó en torno a los 2.250 millones de kilos, alcanzando casi los 2.900 millones de kilos si se añade el apartado relativo al sector HORECO (Hostelería, Restauración e Instituciones). Salvo puntas muy concretas, el consumo per cápita (ver gráfico 1) se mantiene muy estabilizado, entre los 67 y 65 kilos desde que se conocen los primeros datos de consumo (año 1987), aunque sí se aprecian variaciones significativas en cuanto a la forma de consumir, con un progresivo incremento de la cuota de extradoméstico, en especial de

Gráfico 1.

### Consumo per cápita

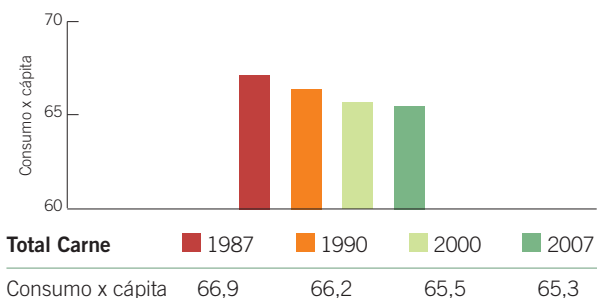


Gráfico 2.

### Distribución del consumo

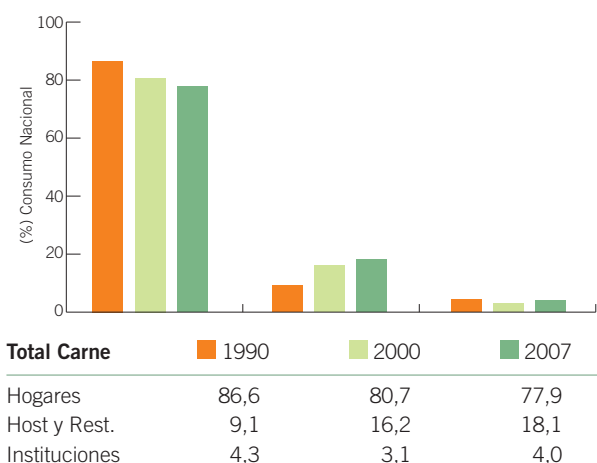
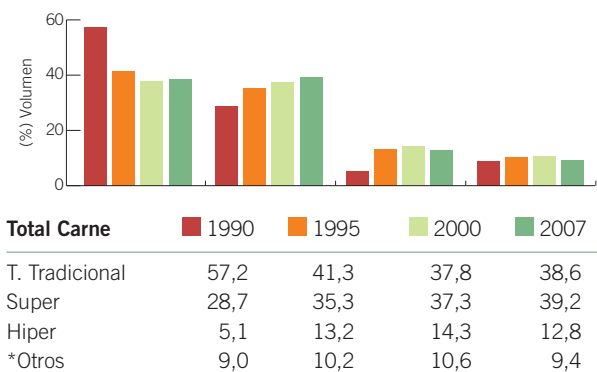


Gráfico 3.

### Distribución de cuotas por formatos comerciales (hogares)



\* Autoconsumo, Economatos y Cooperativas, Venta a domicilio, etc.

la hostelería, frente a la contracción de la de hogares. Una reducción que se cifra en casi 10 puntos porcentuales desde comienzos de la década de los 90, pasándose de un 87% al 78% actual (ver gráfico 2). No se registran sin embargo en el tiempo variaciones sustanciales del “mix” de productos que quedaría distribuido de la siguiente forma:

	<b>Importancia de los tipos de carne (% del total)</b>	<b>Importancia de los tipos de carne fresca (% del total)</b>
Vacuno	16%	21%
Pollo	25%	33%
Ovino/Caprino	5%	7%
Porcino	22%	29%
Otras*	8%	10%
FRESCA	75%	100%
TRANSFORMADA	22%	
CONGELADA	3%	

\*Incluye conejo (3%), despojos (2%) y otras frescas

NOTA: Respecto al gasto, resaltar que mientras que en kilos la carne de vacuno representa el 16% del consumo, el gasto supone alrededor del 21%, superando a la carne de pollo y aproximándose a la de cerdo, muy superiores en volumen. En general, las carnes transformadas son las que mayor gasto absorben con casi un 30% del conjunto cárnico.

Respecto al lugar de compra, los hogares se suministran de carne a nivel general en casi un 40% de la tienda tradicional (carnicería-charcutería) y en más de un 52% de super e hipermercados como canales más destacados (ver gráfico 3). En este sentido, cabe resaltar la notable eclosión experimentada en estos últimos años por estos formatos, en especial de los super con un incremento de cuota de más de 18 puntos porcentuales desde comienzos de los 90, en detrimento casi exclusivamente del comercio tradicional. En cuanto al sector de la hostelería y restauración, son los distribuidores especializados (50%) y los mayoristas (20%) las figuras más utilizadas como canal de aprovisionamiento, seguidas de la tienda tradicional con casi un 17% del volumen total. El **ÍNDICE DE CALIDAD DEL SERVICIO** es un estudio del Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino (MARM) que mide todos aquellos elementos que contribuyen a la imagen del establecimiento y determinan la atención al cliente. Por CCAA, el mayor consumo per cápita de carne y productos cárnicos en conjunto corresponden a Castilla-León, la Comunidad Foral de

Navarra o Aragón, mientras que, por el contrario, Murcia, Canarias y Andalucía son las que registran menor consumo por habitante y año. Los hogares habitados por una sola persona y sin niños son los que presentan mayores consumos y se van reduciendo de manera directamente proporcional al tamaño del núcleo familiar. Las amas de casa que no trabajan fuera del hogar o con más de 65 años adquieren mayor volumen de carne, seguidas de las amas de casa entre 50 y 64 años. Las más jóvenes son las que compran menos cantidad. Dentro del ciclo de vida del hogar, las parejas adultas sin hijos, los adultos independientes, los jubilados y las parejas con hijos mayores de 17 años, constituyen el grupo de grandes consumidores. España ocuparía el cuarto lugar en el consumo de carne y productos cárnicos dentro de Europa, tras Italia, Francia y Alemania. El detalle de los datos sobre consumo y distribución de productos del vacuno, carne y leche, se pueden encontrar de forma segregada dentro del estudio.

## EVOLUCIÓN Y ELEMENTOS DE VANGUARDIA EN LOS FORMATOS COMERCIALES

En un mundo moderno y globalizado las necesidades del consumidor introducen cambios profundos tanto en la versatilidad de oferta como sobre todo en lo que hace referencia a las exigencias relativas a garantía, seguridad alimentaria, máxima calidad o demanda de información. Es por tanto importante destacar los grandes esfuerzos e inversiones realizadas por industrias y establecimientos cárnicos españoles (I+D+I) como estrategia para competir dotando a sus instalaciones de las últimas tecnologías desde la proximidad, inquietud y deseos del cliente. La atención personalizada en el punto de venta se revela como una excelente oportunidad para conocer y retroceder al resto de los eslabones las propuestas para establecer un diagnóstico y efectuar un consenso de ideas al respecto. En este largo camino desde “la granja a la mesa” la implantación de sistemas para efectuar diagnósticos de índole higiénico-sanitaria, tecnológica y, al mismo tiempo, comercial son una constante. En este sentido, se hace necesario resaltar los servicios potenciados desde algunas de las asociaciones del sector (FEDECARNE) para sus usuarios, mediante modernos test y procedimientos de “check-list”, para conocer y analizar los puntos fuertes y débiles de la actividad de sus negocios, así como para poner a su disposición los

programas y herramientas más actualizados para agilizar la gestión a fin de conseguir aumentar el grado de especialización y con ello la confianza del comprador para obtener un mejor posicionamiento comercial.

En la actualidad, vienen aflorando nuevos conceptos de tienda como el “Supermercado Especializado en Carne”, de mayor dimensión que la tienda tradicional con una superficie en torno a los 500 m<sup>2</sup> (aproximadamente la mitad dedicados a tienda y el resto a cámaras, almacenes etc.) y que cuentan con recursos y medios para el suministro a la hostelería y la restauración. Una apuesta basada en las nuevas demandas del consumidor en la que no faltan los productos para inmigrantes, celiacos o los artículos regionales, y desde las carnes frescas al corte hasta los productos congelados y la charcutería. Un surtido al que suelen incorporarse otra gama de alimentos como vinos, empanadas o tartas. En el diseño de estos locales se busca la amplitud de espacios y se apuesta por el color y la iluminación como elementos de gran valor para proyectar un ambiente más acogedor. Normalmente, se hallan ubicados en zonas comerciales o industriales y cuentan con servicio de parking para clientes, áreas de carga y descarga para camiones, etc.

Desde el objetivo de diagnóstico se busca ampliar el conocimiento de la realidad de los propios establecimientos, mejorar la atención al cliente y, en definitiva, reforzar el posicionamiento en ventas. Las cuestiones más importantes sujetas a testeo serían las siguientes:

- **Diagnóstico comercial** (se realiza a través de técnicas de observación, valoración de elementos comerciales y entrevista al titular)
  - Valoración de la imagen del establecimiento
  - Valoración de la exposición y ambientación interior
  - Nivel de atención al cliente
  - Posibilidades de mejora
  - Necesidades de los clientes
- **Diagnóstico Higiénico-Sanitario**
  - Conocimiento de requerimientos estructurales para el establecimiento
  - Implantación de sistemas de autocontrol y registro sanitario
  - Buenas prácticas de manipulación y grado de formación de manipuladores

#### ■ **Diagnóstico tecnológico**

- Herramientas de gestión aplicables, aplicaciones y utilidades
- Ventajas y economías de tiempo en la aplicación de las mismas
- Novedades, avances y suministros de las mismas
- Gestión de calidad

Desde el lado de la informática el uso de nuevas tecnologías es un elemento imprescindible de explotación. La implementación de estas herramientas permite optimizar la organización y gestión de las empresas con economías de tiempo que pueden ser invertidas en mejorar aspectos de competitividad, productividad y rentabilidad. En la actualidad, existen dos programas, FDGES y MERCAMÍN, adaptados a las necesidades de los establecimientos de este sector minorista cuyas soluciones, además de posibilitar centralizar el control de una red de tiendas, suponen para el usuario una mayor simplificación de tareas como:

- **Gestión de compras** (entradas en almacén, albaranes, facturas, pagos, estadísticas de consumo, etc.)
- **Ventas** (pedidos, facturación diaria, cobros, estadísticas de ventas, etc.)
- **Cartera** (control de facturas pendientes, informes documentos administrativos, etc.)
- **Comunicación** (envío de informes, albaranes, comunicación directa con las asociaciones y federaciones, etc.)

## CARACTERÍSTICAS DIETÉTICAS DE LA CARNE

Los animales herbívoros sintetizan las proteínas a partir de los vegetales que ingieren. Estas proteínas vegetales se descomponen hasta reducirse a unas unidades elementales: los aminoácidos, que se han descrito de forma gráfica y acertada como los “ladrillos” de las proteínas. Continuando la analogía, las proteínas vendrían a ser las paredes que le dan forma a los músculos y las fibras de un edificio, que es la carne propia de cada especie animal. Paredes y edificios difieren de una especie a otra porque la secuencia de los aminoácidos que los forman es distinta. Así, habría que convenir que en una dieta variada y equilibrada no debería faltar la carne ya que su consumo regular proporciona compuestos esenciales para la vida y la materia prima

necesaria para el crecimiento, regeneración de los tejidos, elaboración de hemoglobina (vital en la producción de glóbulos rojos) o la estimulación del desarrollo intelectual. A modo de anticipo del apartado de nutrientes que figura en el estudio, adelantar que la carne de vacuno resulta un alimento altamente nutritivo aportando al organismo, entre otros elementos, cantidades significativas de proteínas de alto valor biológico, vitamina B12, vitamina B3 y minerales sobre todo, hierro o fósforo. Ha de ser ingerida en las proporciones adecuadas y según las necesidades energéticas de cada individuo. La carne de vacuno es un alimento seguro, de calidad y muy vinculado a nuestra “dieta mediterránea”. Desde el lado de la innovación, apuntar las incipientes investigaciones para generar un tipo de carne “funcional”, con perfiles grasos más saludables, que se consiguen a través de la alimentación natural de los animales basada en aceites de linaza, entre otros. Por otra parte, como consecuencia de la importancia y preocupación de los consumidores por una adecuada nutrición y alimentación dentro de una dieta equilibrada, las instituciones europeas, en este caso la CIBC (Confederación Internacional de la Carnicería Charcutería), han venido desarrollando distintos programas y trabajos de investigación dirigidos por prestigiosos profesores en la materia de acreditadas universidades europeas para explorar los valores y perfiles nutricionales de la carne, así como de los productos elaborados a base de carne, con el propósito de defender el consumo de carne y productos cárnicos dentro de una dieta apropiada y saludable. Los resultados definitivos de algunos de estos trabajos, en concreto los llevados a cabo por los profesores de las Universidades de Viena (Dr. Friedrich Bauer) y Kulmbach/Alemania (Dr. Karl-Otto Honikel), fueron presentados durante el desarrollo del 9º Forum de la Carne celebrado en Bruselas en el pasado 2007 y expuestos ante la Administración europea en respaldo de poder desterrar las connotaciones negativas que se le atribuyen a este alimento básico. También desde la FEN (Fundación Española de la Nutrición) en la que se hallan

incorporados el mundo de las empresas, el de la Administración a través de los Ministerios de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino y de Sanidad y Consumo (Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición) o el académico y científico se hacen eco del importante aporte proteínico de la carne en las distintas etapas de la vida. En recientes manifestaciones D. Gregorio Varela Moreiras\*, Presidente de la Fundación, apuntaba que “si pensamos en proteínas hay que pensar en la carne”. Lo esencial de la carne es que aporta una proteína de alto valor biológico que no se puede sustituir y que es decisiva en distintas etapas de la vida, para continuar argumentando que tenemos que renovar nuestras proteínas y que para ello nada mejor que la carne. Es esencial para la etapa de crecimiento de los niños, la lactancia y el embarazo, así como para los mayores. No obstante, al igual que se subraya en los párrafos anteriores y en el apartado nutricional del presente estudio, defiende un consumo inteligente y moderado por su excesivo aporte de grasas saturadas en algunos casos, ya que todas son distintas entre sí, lo mismo que sucede con cada una de las piezas del animal. Entre las variantes culinarias aplicadas a la preparación de la carne, si bien se ha ido mejorando en todos los sentidos, cortes, elaboración, etc., la revolución pendiente sería una nueva cultura de preparación gastronómica fomentando los guisos al vapor, la eliminación de grasa virtual, etc. Desde la preocupación por la dieta, cabe apuntar en el cuaderno de actividades dos recientes actuaciones de carácter pedagógico y formativo. Una llevada a cabo por la FEN en colaboración con FEDECARNE y concretada recientemente en la realización de una jornada en la que se desarrollaron las siguientes materias de interés:

- Descripción de la carne en el marco de una alimentación saludable
- Importancia de la carne en la nutrición
- Componentes nutritivos de la carne
- Cocinado de las carnes: técnicas y recetas saludables

\* D. Gregorio Varela Moreiras ha sido el coordinador del equipo de autores del estudio “Valoración de la Dieta Española de acuerdo al Panel de Consumo Alimentario”, promovido y patrocinado por el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) dentro de su inquietud por los hábitos alimentarios de la población española y la práctica de una dieta saludable. El trabajo toma como referencia los datos del Panel Alimentario que este Ministerio viene ejecutando desde más de 20 años con el fin de realizar un seguimiento integral de la alimentación en nuestro país. Una inmejorable herramienta para conocer mejor el estado de la alimentación de la población, proporcionar información fiable sobre el estado nutricional, identificar patrones dietéticos, estudiar la evolución de la alimentación y analizar los puntos fuertes y débiles de la misma. Con esta valiosa información se realiza una interpretación de diferentes parámetros que permiten evaluar la dieta española y su estado nutricional. A partir de los datos, se podrá fomentar el consumo de una dieta saludable, basada en la extraordinaria y rica variedad de alimentos de España, en la que las carnes desempeñan un valioso papel.



La otra, los cursos impartidos por la Universidad de Navarra, que ha mantenido vínculos de colaboración con MERCASA en los aspectos nutricionales del presente trabajo, y que, entre otros, propone el curso a distancia “Dieta Equilibrada y Salud” organizado por el Instituto de Ciencias de la Alimentación, en el que se abordan los siguientes contenidos principales:

- Conceptos generales de nutrición
- Nutrientes y grupos de alimentos
- Alimentación en las distintas etapas de la vida
- Alimentación y salud
- Alimentos funcionales
- Dietas de adelgazamiento

## OBJETIVO DEL ESTUDIO

Como se puede apreciar muchas son las iniciativas para perfeccionar y difundir el conocimiento de los alimentos y a los que MERCASA contribuye con la publicación de una tercera “GUÍA PRACTICA” complementaria a las dos anteriores relativas a productos hortofrutícolas y pescados y mariscos. En este caso, se trata de adentrarnos en el mundo del vacuno, su cabaña, el exigente proceso de carnización y la aportación nutricional, esencial en una dieta rica, variada y equilibrada. Igualmente se pasa revista al mundo de la leche y del toro bravo para terminar de desarrollar las excepcionales aptitudes y prestaciones de esta espléndida y arcaica raza.

Esperamos haber cumplido con el objetivo y que el lector disfrute de este “paseo”.

