



Tendencias en el consumo mundial de carnes

Más cercanas, más sanas, con nuevos cortes e ingredientes naturales

JOSÉ LUIS MURCIA. Periodista

RESUMEN

Las tendencias de consumo de carne en los países occidentales tienden a hacer pensar que está en recesión como consecuencia de las nuevas filosofías de comer más sano y saludable y de sustituir en la dieta la carne por vegetales y frutas. Pero esa filosofía choca con los tradicionales consumidores de carne, por un lado, y con los países emergentes del sudeste asiático que apuestan decididamente por la proteína de toda la vida. De

esta forma, el consumo de carne crecerá en el mundo de forma constante un 1,4% hasta 2025 y el comercio internacional aumentará hasta cinco millones de toneladas hasta ese año. En todo caso, las tendencias apuntan a una mayor demanda de carnes más cercanas, más sanas, con nuevos cortes e ingredientes naturales.

PALABRAS CLAVE: Consumo de carnes, tendencias, vacuno, porcino, ovino, caprino, pollo, aves.

La carne, que pareció pasar de moda en los últimos años por el empuje de la influencia vegetariana y de las influencias orientales, vuelve a estar en un primer plano. Pero, eso sí, se reinventa a sí misma, apuesta por la cercanía y combina sus platos con acompañamientos saludables como vegetales, patatas y salsas muy ligeras. Crece de nuevo el cerdo, se afianza el caprino como carne de moda en los Estados Unidos desde hace dos años y empujan con fuerza las aves.

Un reportaje de la publicación on-line norteamericana Huffpost Taste pone en cuestión, al hilo de las nuevas tendencias

saludables, el uso de las salsas, muy extendido en el caso de las carnes por la influencia francesa de siglos y la adaptación de cada país a esta discutida costumbre. Los últimos años han propiciado el uso de salsas más ligeras que resultaban un condimento híbrido entre la T-Rex y la imagen del toro que cuelga en algunas tiendas chinas, en definitiva una salsa como las denominadas barbacoa, de ingredientes escasamente conocidos y que sirve igual par aliñar una carne que una ensalada vegana. Los expertos coinciden en que esa moda, afortunadamente en desuso, es capaz de arruinar cualquier buen filet mignon.

Frente a esa reivindicación de que cualquier tiempo pasado fue mejor, los expertos norteamericanos en carne aseguran que las certificaciones actuales de algunas de las carnes, como las de bueyes Angus, superan con creces la moda de los restaurantes de carne de los años 70 en Estados Unidos. Sea como fuere, la carne, la buena carne certificada, es relativamente fácil de encontrar en el país, tal como asegura la publicación, y solo requiere no ser estropeada con salsas que aportan poco. Apuestan por el acompañamiento de verduras a la parrilla o cocidas, con patatas o maíz asados, y en todo caso salsas elaboradas directamente con piezas óseas y menos nobles del vacuno o el tradicional chimichurri de origen latinoamericano.

Algunos afamados cocineros como John Tesar, del restaurante Knife, ubicado en Dallas, y dedicado a las carnes, asegura, tras pasar varios años trabajando en restaurantes franceses, que para estos las salsas siempre fueron un complemento que se sirve aparte, pero nada que ver con la manía norteamericana, extendida hasta hace poco, de cubrir las carnes con salsas de todo tipo. De hecho, él considera un sacrilegio utilizar salsa para una carne de vacuno viejo. Y asegura que las salsas, como tal, siempre quedarán para enmascarar carnes de calidad discutible, pero no para aquellas que tienen bien ganado su nombre.

EL POLLO FRITO SE REINVENTA

Un amplísimo reportaje de la revista norteamericana Eater asegura que vivimos un tiempo de eclosión del pollo frito o dicho de otra forma una *fast-casual fried chicken explosion* que comandan algunos de los más afamados empresarios de este sector en Norteamérica como Danny Meyer y David Chang. Y van desde una aplicación informática para solicitar tus piezas de pollo cocinadas a la irrupción de menús a base de pollo frito o sándwiches con panes especiales (pita, hamburguesa, sésamo...) con vegetales.

Aunque siempre que pensamos en el fast food americano lo identificamos con hamburguesas de vacuno, la realidad es que el concepto de fast-casual fried chicken, rebautizado por Danny Meyer como fine-casual, está pegando aún más fuerte gracias también al empuje de alimentación más sana que ha derivado hacia carnes consideradas más saludables que el vacuno, como el pollo o el pavo, y en menor medida el conejo, no tan popular en Estados Unidos. A estos conceptos se han unido también las influencias tex-mex con dos conceptos estándar

como Chipotle y Shake Shack, el primero de ellos fundado por McDonald's en 1993 y con una enorme expansión en los 2000 y el segundo puesto en marcha en 2004.

Este impulso empresarial ha supuesto que Meyer sea ahora multimillonario y que sus negocios, reinventados en este 2016, impulsen la apertura de otros basados en las primeras experiencias del avispado cocinero. Hoy, otros cocineros de renombre dentro del segmento fast-casual han logrado posicionar de nuevo un producto tan simple como el pollo frito en el centro de sus negocios. Es el caso de Robert Stehling y de su socio Dave Uecke con sus Chick's Fry House o de Marcus Samuelson con Streetbird donde, según algunos críticos, ha elevado el modesto pollo frito a la categoría de arte.

Daniel Delaney, impulsor en Nueva York de la cocina de barbacoa, considera que el pollo frito nunca dejó de estar de moda en Estados Unidos y que es un plato, más bien un conjunto de platos o una filosofía de alimentarse, ligado a la manera de ser de los americanos. En este sentido no está de acuerdo con aquellos que anunciaban su declive en los últimos años, ya que estima que el pollo frito es un plato sabroso, saludable y, sobre todo, barato. Una de las razones más poderosas de su pujanza. Dentro de esa línea, el cocinero neoyorquino ha abierto Delaney Chicken en una zona de supermercados de alimentación, lugar de peregrinaje de los americanos durante el fin de semana.

Y en parecidos términos se expresa Marc Glosserman, consejero delegado de New York City's Hill Country Chicken, quien asegura además que la oferta de este plato es una de las más clásicas que pueden buscarse en el gigante norteamericano. En este sentido, el cocinero recuerda el gran raigambre con que cuentan empresas como Kentucky Fried Chicken (KFC), Bojangles o Popeye en el país, o figuras como la de Thomas Keller.

¿Y qué busca el público en este tipo de establecimiento? Por un lado, reconocimiento del producto que ofrecen algunos res-



CARNE DE LECHAL Y CORDERO

Vuelve a disfrutar de la carne de Cordero



Ya hemos lanzado la segunda campaña de Carne de Cordero y tú formas parte de ella. Ayúdanos a dar a conocer la nueva campaña, además de la nueva promoción donde el consumidor puede ver desde primera mano cómo ser pastor por un día y vivir una experiencia rural.

Entra en www.canalcordero.com y ayúdanos dándole a "ME GUSTA" y retuitéanos en...



Spot TV con los nuevos formatos de producto

- 2 spots TV.
- Emisión en "prime time" del 23/5 al 19/6.
- Nueva forma de presentar la carne y su renovada imagen.
- Campaña no convencional.

Jornadas de Formación sobre las novedades

- Volvemos a introducir los nuevos cortes y presentaciones a los profesionales del sector y estudiantes de Hostelería.
- Cerca de 30 jornadas dirigidas a la GD y al canal especializado.

www.canalcordero.com/profesional

Seguiremos apostando por la web para los profesionales.

- Con contenidos interesantes.
- Inscripción a las jornadas.
- Dudas en el apartado "Maestro del cordero".

Impulsamos la visibilidad del producto

- Se suscribirán convenios con importantes figuras gastronómicas para promocionar la nueva imagen del cordero a través de acciones.
- 12 recetas con Bloggers gastronómicos de más de 5.000 seguidores.





taurantes de comida rápida como Fuku Chicken, cuyos productos son exactamente iguales en Nueva York o Dallas, por poner dos ejemplos. En otros casos, en los que intervienen cocineros de más renombre, es justamente lo contrario, ya que sus seguidores buscan la diferencia que imprime en el plato cada maestro de los fogones. También algo que parece una perogrullada de cara a otro tipo de carnes como la de vacuno en que la gente opta por poco hecho, medio o muy hecho, mientras nadie pregunta cómo quieren el pollo frito.

Datos del sector aseguran que la facturación del pollo frito espera alcanzar en 2016 los 5.500 millones de dólares (alrededor de 4.820 millones de euros), con más del 3% de incremento, frente a los 7.900 millones de dólares (alrededor de 6.925 millones de euros) de las hamburguesas de vacuno, con un aumento de solo el 1%, en un país donde las segundas son casi el emblema nacional.

EL MERCADO DE LA CARNE

Las tendencias de consumo de carne en los países occidentales tienden a hacernos pensar que está en recesión como consecuencia de las nuevas filosofías de comer más sano y saludable y de sustituir en la dieta la carne por vegetales y frutas. Pero esa filosofía, innegable entre las tribus urbanas de diversos países occidentales, choca sin embargo con los tradicionales consumidores de carne, por un lado, y con los países emergentes del sudeste asiático que apuestan decididamente por la proteína de toda la vida. De esta forma, el consumo de carne crecerá en el mundo de forma constante un 1,4% hasta 2025 y el comercio internacional aumentará hasta cinco millones de toneladas hasta ese año.

En el año 2050, el mundo tendrá cerca de 9.700 millones de personas que necesitarán 455 millones de toneladas de carne al año y la producción de granos destinados a esa alimentación (soja, harina de soja, maíz y otros forrajes) se deberá duplicar en solo diez años hasta los 2.800 millones de toneladas en 2025. El producto cárnico tendría un valor global de 300.000 millones de dólares (unos 263.000 millones de euros).

La demanda de carnes en China y el resto de países del sudeste asiático está creciendo a un ritmo anual del 30% por el vuelco masivo hacia las proteínas cárnicas de un grueso de población que supera los 4.500 millones de personas y que duplica sus ingresos per cápita cada ocho años. Los elevados índices de población de países como China, que creció un 5% de consumo per cápita en 2014, o de India, más inclinada hacia el vegetarianismo, pero que subió en el mismo año el 9%, mantienen la tendencia al alza, que en el caso del pollo llegó en este segundo país a un incremento del 4%.

¿Quiénes son realmente los grandes comedores de carne en el mundo? Pues los primeros son los australianos con 93 kilos de carne por persona y año, seguidos de los norteamericanos con 91 kilos, irlandeses y alemanes con 88 kilos, franceses con 87 kilos, israelíes con 86 kilos, argentinos con 85 kilos, británicos con 84 kilos y uruguayos con 83 kilos.

En la Unión Europea, el consumo ha retrocedido en los últimos años. De hecho, Francia, uno de los grandes comedores de carne, ha pasado de los 94 kilos de 1984 a los 87 kilos actuales, una tendencia que se repite en el seno de la Unión Europea donde la media se sitúa en alrededor de 83 kilos, de los que casi 39,5 kilos son de cerdo, 25 kilos de aves, menos de 11 kilos de vacuno y cerca de tres kilos de ovino y caprino.

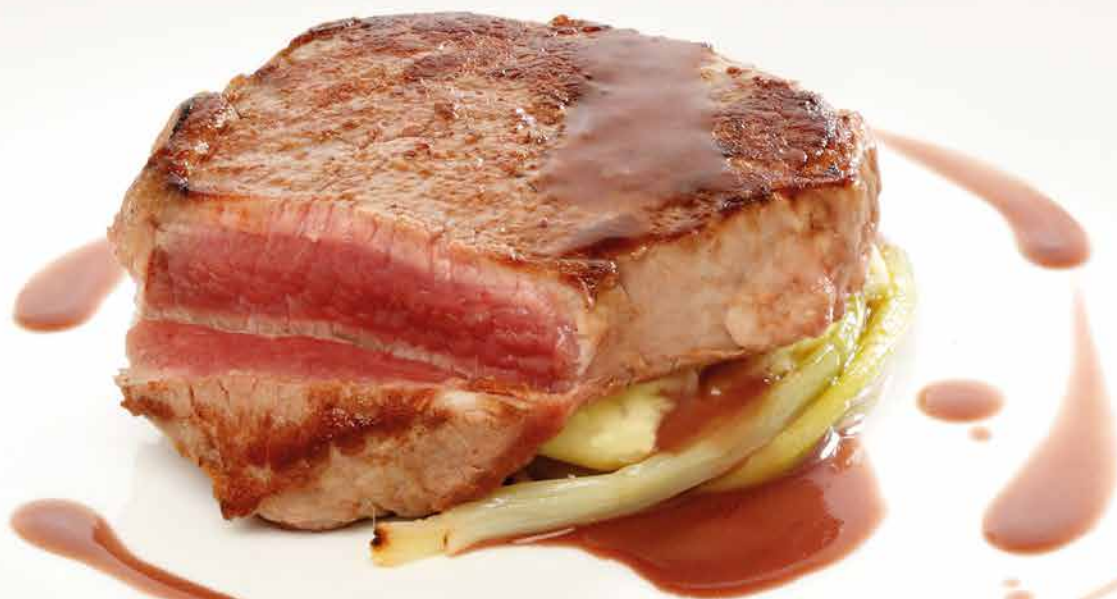
Estos datos indican que las mejores perspectivas para la UE se centran en la carne de ave y el porcino, mientras se tiende a un ligero descenso del vacuno y una estabilización de las carnes de caprino y ovino. Estos datos estiman que el consumo de carne bajará en la UE un kilo por persona y año de aquí a 2025, lo que supone medio millón de toneladas anuales, tras una ligera recuperación del consumo como consecuencia de irse apagando los efectos de la crisis. La producción de carne de ave experimentará un incremento del 4% al conjugar aumento del consumo con mayores exportaciones; mientras el porcino crecerá alrededor de un 2% gracias, sobre todo, al empuje de la exportación.

El gran comedor de carne de vacuno es curiosamente Hong Kong con 56 kilos por persona y año dentro de un país, China, cuya media per cápita en este tipo de carne apenas llega a los 3,2 kilogramos. En los primeros puestos de la clasificación se

GALICIA SEDUCE

TERNERA GALLEGA TAMBIÉN

www.terneragallega.com



Una tierra única por su naturaleza y sus productos, entre los que destaca **Terneira Gallega**. Una carne exquisita para una alimentación sana y equilibrada. Una carne única, desde el origen hasta que llega a tu mesa.



ubica Argentina con 44 kilos por persona y año, seguido de Uruguay, con 37 kilos, Brasil con 27 kilos, Estados Unidos con 24,5 kilos, Chile con 21 kilos, Paraguay con 20 kilos y Canadá con 19 kilos. La Unión Europea en su conjunto se queda en 10,5 kilos, por debajo de los 12 kilogramos por persona y año de Rusia.

En Estados Unidos, pese al retraimiento de la carne de vacuno que cedió algo menos de medio kilo por persona y año en 2014 y el cordero que alcanzó una cifra algo mayor, el crecimiento de la demanda de otras carnes como el pollo, que se incrementó cerca de 2 kilos por persona y año, del cerdo que lo hizo en 1,5 kilos o el pavo que superó los 200 gramos, el consumo sube alrededor de 200 gramos por persona y año en las perspectivas de 2016.

¿QUÉ OCURRE EN ESPAÑA?

El consumo de carne fresca en España descendió durante 2014 un 3,3% en comparación con el año anterior y los primeros datos apuntan a que en 2015 ese retroceso ha continuado, aunque de forma más moderada. Estas cifras apuntan a poco más de 37 kilos por persona y año, cifras muy lejanas de la media de la Unión Europea y de los grandes consumidores de carne como Australia, Argentina o Uruguay, por poner tres ejemplos.

El porcino es el sector ganadero español con mayor pujanza, ya que su producción anual se eleva hasta los casi 3,6 millones de toneladas, según datos del Anuario de la Alimentación en España de 2015, que también recoge una producción mundial ese mismo año de 110,35 millones de toneladas y una comunitaria de 22,25 millones de toneladas. El valor alcanzado por el sector porcino en 2014 fue de 5.923,5 millones de euros y el número de explotaciones llegó hasta las 86.552, de las que 68.800 son de crianza intensiva. La cabaña ascendía a finales de ese año a 26,55 millones de cabezas, de las que 10,2 millones eran cerdos de cebo y 7,8 millones lechones.

El número de animales sacrificados durante 2014 subió hasta los 43,2 millones. La producción de carne se concentró en Cataluña con más del 43%, por delante de Castilla y León con el 14% y Castilla-La Mancha y Aragón con el 8,4% en cada caso. España exportó 1,5 millones de toneladas de carne de cerdo, frente a 1,36 millones de toneladas del año anterior, la mayor parte de ellas (1,13 millones de toneladas) destinadas al espacio de la Unión Europea. Las compras exteriores de cerdo ascendieron a 225.793 toneladas, la mayor parte también de procedencia comunitaria.

La mayor producción de carne de cerdo corresponde a China que acapara el 51% del total, seguido de la UE en su conjunto con el 28% y Estados Unidos con el 9%. Brasil, Rusia y Vietnam son también importantes productores.

El sector del vacuno español produjo en 2014 un total de 575.500 toneladas de carne con un valor de 2.400 millones de euros. España se ubica en quinto lugar dentro de la UE por detrás de países como Francia, Reino Unido o Alemania. La mayor parte de la cabaña española se encuentra en Castilla y León con casi el 21,5% seguido de Galicia con el 15,4%, Extremadura



con el 13%, Cataluña el 10% y Andalucía con el 8,5%. El censo total de animales a finales de ese año eran de seis millones y el número de sacrificios ascendió a 2,18 millones de cabezas.

Las exportaciones de carne de vacuno superaron las 143.000 toneladas en 2014, especialmente a Portugal y Francia, mientras las importaciones se situaron cerca de las 109.000 toneladas, casi todas ellas procedentes de Alemania y Polonia. La producción mundial de vacuno supuso en 2014 un total de 64 millones de toneladas, mientras la UE produjo 7,42 millones de toneladas.

El sector de ovino y caprino no es especialmente amplio ni en España ni en la UE, pero tiene gran raigambre social y sus 120.500 toneladas de producción (8.500 de ellas de caprino) son un buen ejemplo que se traduce en un valor económico de 846 millones de euros en total. La cabaña de ovino, que comenzó a caer tras la reforma de la PAC del año 2000, se situó en 2014 en 16,5 millones de cabezas, un 20% del total comunitario que es solo superado por Reino Unido con el 27%. Los mayores censos se concentran, por este orden, en Castilla y León, Extremadura, Castilla-La Mancha, Andalucía y Aragón. España es también segunda en caprino, tras Grecia, con el 21% del censo total. Las exportaciones se elevaron hasta 33.535 toneladas con el 97% del total con destino comunitario. Las importaciones, escasamente significativas, fueron de Nueva Zelanda, Italia y Uruguay.

La producción mundial de ovino ascendió en el mundo en 2014 a 8,3 millones de toneladas, de las que 840.000 toneladas correspondieron a la UE; mientras que la de caprino llegó hasta los 5,35 millones de toneladas, con una producción comunitaria, prácticamente anecdótica, de 78.000 toneladas.

La carne de ave está de moda en España y alcanzó en 2014 una producción de 1,48 millones de toneladas, de las que 160.000 toneladas correspondieron a pavos en un total de 15.744 explotaciones, de las que 9.234 eran de pollos. El resto de las granjas abarca pavos, perdices, palomas, codornices, patos, pintadas, ocas y otros. La mayor parte de las granjas de pollos se encuentran en Cataluña,

Andalucía, Comunidad Valenciana y Galicia. España importó durante 2014, un total de 196.718 toneladas de pollos, la mayor parte de la UE y se exportaron 204.622 toneladas, 135.425 de ellas a la UE. El mundo produjo en 2014 un total de 96,64 millones de toneladas de aves, por 14,17 millones de toneladas de la UE y 1,5 millones de toneladas de España. La producción comunitaria de pavo fue de 5,5 millones de toneladas.

La carne de conejo, tras una leve caída en 2013, volvió a crecer un año después hasta las 64.300 toneladas, de las 252.000 toneladas que produce la UE, con Francia e Italia a la cabeza, y los 1,7 millones de toneladas que se alcanzan a nivel mundial. El valor de la producción llegó hasta los 237 millones de euros con 18.000 toneladas en Cataluña, 14.100 toneladas en Galicia, 9.300 toneladas en Castilla y León, 7.000 toneladas en Aragón y 5.800 toneladas en Castilla-La Mancha. El censo de animales a finales de 2014 era de 6,4 millones, alrededor del 18% del censo total comunitario. Se exportaron un total de 7.777 toneladas y solo se importaron 918 toneladas. La mayor producción correspondió a Francia con 84.500 toneladas, seguida de Italia con 65.000 toneladas.

La producción de carne de equino en España, que volvió a florecer con la crisis económica, alcanzó las 11.100 toneladas con un sacrificio de 46.400 animales y un valor de producción superior a los 49 millones de euros. España contaba a finales de año con

187.540 explotaciones de caballos, mulos y asnos. Andalucía y Galicia copan la mitad de estas. La región con mayor producción de carne de equino fue Navarra con el 22% del total y el 18% del censo de la cabaña. Se importaron un total de 329 toneladas de carne y se exportaron 8.226 toneladas en un comercio claramente intracomunitario con Portugal, Francia y Alemania.

Las tendencias ecológica, orgánica o bio también son bien aceptadas en España entre la clase media acomodada y concienciada de las grandes ciudades y supone ya que más del 10% de los consumidores opta por esta etiqueta pese a su precio más elevado y menos competitivo. Casi el 30% del consumo se está desarrollando bajo la marca España y las compras en canales no tradicionales como webs on-line o similares puede superar ya el 12% de las compras, gracias sobre todo a las nuevas generaciones de jóvenes que se incorporan al mercado laboral.

Entre las carnes con IGP consolidadas, cada vez con mayor presencia en los mercados, hay que recordar Carne de Ávila, Carne de Cantabria, Carne de la Sierra de Guadarrama, Carne Morucha de Salamanca, Carne de Vacuno del País Vasco, Ternera Asturiana, Ternera de Extremadura, Ternera Gallega, Ternera de Navarra y Vedella dels Pirineus Catalans, en vacuno; Cordero de Extremadura, Cordero de Navarra, Lechazo de Castilla y León, Cordero Manchego y Ternasco de Aragón, en ovino; y Pollastre y Capó del Prat, en aves. ■

PREMIO AL PRODUCTO
INNOVADOR
ALIMENTARIA 2016

Category
Award

Innoval
2016

ASADO FÁCIL

¡DISFRUTA DE UN ASADO TRADICIONAL EN LA MITAD DE TIEMPO!



MORALEJO SELECCIÓN



WWW.MORALEJO.NET