

¿Qué tendencias imperan en nutrición?



A continuación analizamos algunos de los aspectos que ya son tendencia en el sector de la alimentación de los animales de compañía, y que seguirán siéndolo en el próximo 2020.

El número de mascotas sigue creciendo a pasos agigantados en Europa, donde unos 80 millones de hogares cuentan con al menos un animal. En torno a ellos también está creciendo y evolucionando una industria que busca satisfacer las necesidades de mascotas y humanos. Así, según las últimas cifras de la *European Pet Food Industry Federation* (FEDIAF, por sus siglas en inglés) en 2018 la industria de productos alimenticios para mascotas generó un volumen de ventas de 8,8 millones de toneladas y una facturación de 21 mil millones de euros, creciendo a una tasa del 2,5%. Si miramos el valor de los productos y servicios relacionados con las mascotas, hablaríamos de ventas de unos 8.500 millones de euros en accesorios y 10.000 millones en servicios.

En nuestro país, acorde con las cifras del Instituto Nacional de Estadística (INE), el gasto promedio anual por mantener una mascota es de unos 1.200 euros, de los cuales alrededor de unos 800 euros estarían destinados a la alimentación. Una alimentación que cada vez es de más alta calidad, pues así lo demandan unos propietarios más y más exigentes, con productos más naturales, orgánicos, sin conservantes ni colorantes y con recetas cada vez más personalizadas.

Humanización

Probablemente haya sido la palabra de moda en estos últimos años, y seguirá siéndolo a principios de la próxima década. La idea de que la mascota es un miembro más de la familia ha calado en gran parte de la sociedad. Ahora no somos “amos” de un perro, sino “padres” de uno y esta tendencia, la de la humanización, es la clave que ha impulsado el mercado de alimentos para mascotas. Nos encontramos con propietarios que han pasado de dar las sobras de su comida a sus mascotas a querer invertir en su salud y bienestar a través de la alimentación. “*Hay una mayor exigencia de productos de mayor calidad, de la misma forma que ha ocurrido con las personas*”, detallan en el Informe Sectorial de la Asociación

Madrileña de Veterinarios de Animales de Compañía (Amvac) En el informe también aseguran que los propietarios dan una mayor importancia a la alimentación en la calidad de vida de las mascotas. Todo ello supone *“apostar por opciones más saludables, las mismas exigencias y cualidades que hoy se piden para los alimentos humanos se han trasladado rápidamente a los alimentos para mascotas”*.

Lo natural triunfa

El concepto *“real food”*, que apuesta por alimentación más natural, evitando alimentos altamente procesados y apostando por alimentos lo más saludables posibles, ha aterrizado en nuestro país en los últimos tiempos y este 2019 ha tomado fuerza. Esta tendencia también se ha instaurado en el sector de alimentación de animales de compañía, y los fabricantes ofrecen ahora recetas más naturales, con ingredientes orgánicos, sin conservantes ni colorantes.

También se buscan alimentos más respetuosos con el medio ambiente, que ofrezcan ingredientes limpios y con etiquetas cada vez más claras, en las que se pueda determinar la procedencia de los componentes. De hecho, señalan desde Pet Food Industry que otra de las tendencias que va a llegar este 2020 será *“la revolución basada en plantas”*, y que, poco a poco, van a ir ganando terreno en los alimentos para mascotas. Algo que, a priori, parece raro, teniendo en cuenta la tendencia actual del *grain free*.

Dietas específica

Yendo un paso más allá, los propietarios también son conscientes de que la alimentación juega un rol esencial en la salud de sus mascotas. Por ello, nos encontramos cada vez con más productos especializados para determinadas patologías. Así, las dietas terapéuticas, además de aportar los nutrientes diarios necesarios, contribuyen a poder controlar determinadas patologías, y ayudan al animal a mantener una buena calidad de vida. En este aspecto, nos encontramos con alimentos para la diabetes mellitus, los problemas articulares, el control del peso, problemas dermatológicos o enfermedad renal, entre otros.

Asimismo, la esperanza de vida de las mascotas se ha visto incrementada a lo largo de esta década gracias a los tratamientos veterinarios, el diagnóstico, la prevención y, también, la concienciación de los propietarios. Ahora los perros viven un 4% más que en 2002 y los gatos un 10%, lo que conlleva que cada vez haya mascotas más mayores entre nosotros. La industria es consciente de ello y ya está desarrollando, y seguirá presentado, nuevos productos para satisfacer las necesidades concretas de esta parte de la población animal. No obstante, son animales más propensos a padecer enfermedades relacionadas con las funciones cognitivas, el comportamiento, la piel, el tracto digestivo, el sistema cardiovascular, las vías respiratorias, las enfermedades degenerativas de las articulaciones y el esqueleto, las enfermedades urinarias y endocrinas.

Alimentos personalizados y premium

En la próxima década, otra de las grandes tendencias que va a tomar fuerza será la personalización de los alimentos. Nos encontramos ante una generación de nuevos alimentos súper premium en los que se ofrece al animal una comida equilibrada y de calidad

cocinada y pensada acorde al nivel de actividad de la mascota, su peso, raza, edad, esterilización o enfermedades, entre otras. Todo con ingredientes 100% naturales y cumpliendo los requerimientos nutricionales (grasas saludables, proteínas, vitaminas, minerales y carbohidratos) que la mascota necesite. La demanda de productos más naturales y de mayor calidad para las mascotas, la tendencia a la humanización y la facilidad de compra a través de Internet van a hacer que este tipo de alimentación sea cada vez más común. Por otra parte, los alimentos premium también van a seguir aumentando su cuota de mercado en nuestro país, con alimentos que destacan por llevar pocos ingredientes, pero de alta calidad y de clara procedencia, y elevada cantidad de proteína. Asimismo, muchos de estos se presentan como libre de cereales. Acorde con los datos de la consultora Nielsen, este tipo de alimentación supone en nuestro país tan solo el 1,2% de las ventas de alimentación, aunque se espera que se siga la tendencia de otros países europeos en los que la alimentación saludable puede llegar a casi el 20% de las ventas.

Se espera, por otra parte, que en el próximo año se desarrolle el mercado de alimentación premium para gatos, pues ahora principalmente se está centrándose en los perros. No obstante, hay que tener en cuenta que los gatos tienen unos requerimientos nutricionales y dietéticos diferentes a los del perro. Además, aunque España siempre ha sido un país con mayor prevalencia de canes, a diferencia de Europa, cada vez hay más hogares en nuestro país que deciden tener un felino, por lo que explotar este mercado puede ser un gran nicho de mercado para la industria. 🐾

La humanización, personalización y la apuesta por alimentos premium son las claves de la alimentación para las mascotas.

Los insectos

En la búsqueda de la sostenibilidad y una mayor preocupación por el medio ambiente, recientemente también se está hablando de la incorporación de los insectos y especies invasoras como ingredientes para la alimentación. Estos incorporan beneficios de carácter nutricional (aportan proteínas, ácido fólico, ácidos grasos y minerales, entre otros), además de beneficios medioambientales. De hecho, una startup de Purina llamada RootLab, en el área de Chicago, está vendiendo comida para mascotas con nuevas proteínas como grillos y carpas asiáticas. Ahora, faltará trabajar la aceptación del consumidor hacia unos ingredientes que, en un primer momento, no suenan del todo apetecibles.