

BARCELONA
CULINARY
HUB

Escuela Superior
de Gastronomía

Heura®

INFORME

Alimentación Plant Based: Estudio del caso Heura Foods



ÍNDICE

01. INTRODUCCIÓN

02. SOSTENIBILIDAD EN GASTRONOMÍA

03. NUEVA TENDENCIA EN CONSUMO

04. HEURA FOODS

05. CONCLUSIONES

06. BIBLIOGRAFIA

01. INTRODUCCIÓN

01. INTRODUCCIÓN

El concepto de alimentación “plant based”, tendencia en crecimiento en los últimos años, hace referencia a una dieta basada en alimentos de origen vegetal. Estas dietas no solo incluyen frutas y verduras, sino también frutos secos, semillas, aceites, cereales, legumbres, etc. Aun así, cabe destacar que este patrón de alimentación difiere un poco de las dietas vegetarianas y veganas, ya que no está restringido el consumo de productos de origen animal, tales como carne, pescado, lácteos, etc. Con todo, las personas que siguen este patrón alimentario, eligen proporcionalmente más alimentos de origen vegetal que de origen animal.

Al seguir una dieta basada en plantas, se puede optar por sustituir productos animales por opciones vegetales, sin restringir permanentemente los alimentos de origen animal. Algunos autores consideran que la Dieta Mediterránea es un ejemplo de dieta plant based, ya que está compuesta principalmente de alimentos de origen vegetal (verduras, frutas, legumbres y frutos secos) y con un consumo esporádico de carne.

01. INTRODUCCIÓN

Cabe añadir que el concepto va un poco más allá de comer alimentos de origen vegetal, ya que en muchos casos, predomina el consumo de nuevos alimentos desarrollados a través de productos vegetales tipo verduras, legumbres, setas, etc. que intentan imitar a los alimentos de origen animal como la carne.

A día de hoy, hay numerosas empresas que se dedican a desarrollar este tipo de productos, por lo que podemos encontrar hamburguesas, salchichas, nuggets, entre otros, creados a partir de productos de origen vegetal en vez de origen animal. En esa línea, las personas que siguen este tipo de dieta reducen el consumo de carne en su alimentación y la sustituyen por alimentos que “imitan la carne”. Dentro de esta tendencia, también encontramos otro tipo de alimentos como las bebidas vegetales, que substituyen la leche de origen animal, y están elaboradas a partir de frutos secos, soja, avena, etc.

01. INTRODUCCIÓN

¿Cuál es la motivación para seguir una dieta “plant based”? Hay muchos tipos de dietas basadas en productos de origen vegetal, pero todas hacen hincapié en los beneficios que supone para la salud el aumentar el consumo de alimentos de origen vegetal y reducir el consumo de carne. Las dietas más estudiadas por su impacto en la salud son la dieta mediterránea, la dieta DASH y la dieta MIND. Estas dietas son ricas en fibra, vitaminas y minerales que ayudan a disminuir la presión arterial y el colesterol LDL (malo), reducen el riesgo de diabetes y ayudan a mantener un peso saludable, lo cual puede reducir el riesgo de enfermedades cardiovasculares.

La preocupación por la salud es uno de los principales objetivos para seguir este tipo de alimentación, sin embargo, no es el único. La preocupación por el medio ambiente, para revertir el cambio climático, y el bienestar animal son algunos de los otros motivos de peso para seguir una dieta basada en plantas. A partir de estos motivos, surge la idea, en crecimiento hasta día de hoy, de producir alimentos plant based.

02. SOSTENIBILIDAD EN GASTRONOMÍA

02. SOSTENIBILIDAD EN GASTRONOMÍA



BARCELONA
CULINARY
HUB

Escuela Superior
de Gastronomía

La agricultura y los sistemas alimentarios actuales suponen una huella ambiental debido a los efectos nocivos que provocan sobre los ecosistemas por el uso de recursos como la tierra, el agua y la energía, y también por las emisiones de gases de efecto invernadero que generan, entre otros motivos. Además, hay otras problemáticas como el crecimiento de la población, la competencia por los recursos naturales, el cambio climático, las crisis sociales, etc. que han empujado a organizar el sistema agroalimentario como se encuentra a día de hoy. En estas circunstancias, nuestra agricultura necesita una transición hacia sistemas de producción de alimentos y productos más sostenibles.

Promover el consumo de alimentos plant based puede ser una de las líneas a seguir para mejorar el impacto medio ambiental, ya que este difiere según los alimentos, siendo los alimentos vegetales los más ecológicos y los productos animales los más perjudiciales para el medio ambiente. Datos obtenidos de diferentes informes demuestran el mayor impacto medioambiental de la carne en comparación con los cereales, la fruta y las verduras. En otro estudio también se demostró que las dietas semi-vegetarianas y vegetarianas reducían en un 22% y 29% respectivamente las emisiones de gases de efecto invernadero.

02. SOSTENIBILIDAD EN GASTRONOMÍA

Dado que nuestras elecciones alimentarias pueden afectar negativamente a las emisiones de gases, uno de los principales objetivos de la alimentación basada en el consumo de productos plant based es el de reducir el impacto medioambiental que genera la agricultura que utilizamos hoy en día, e intentar así revertir el desastre climático.

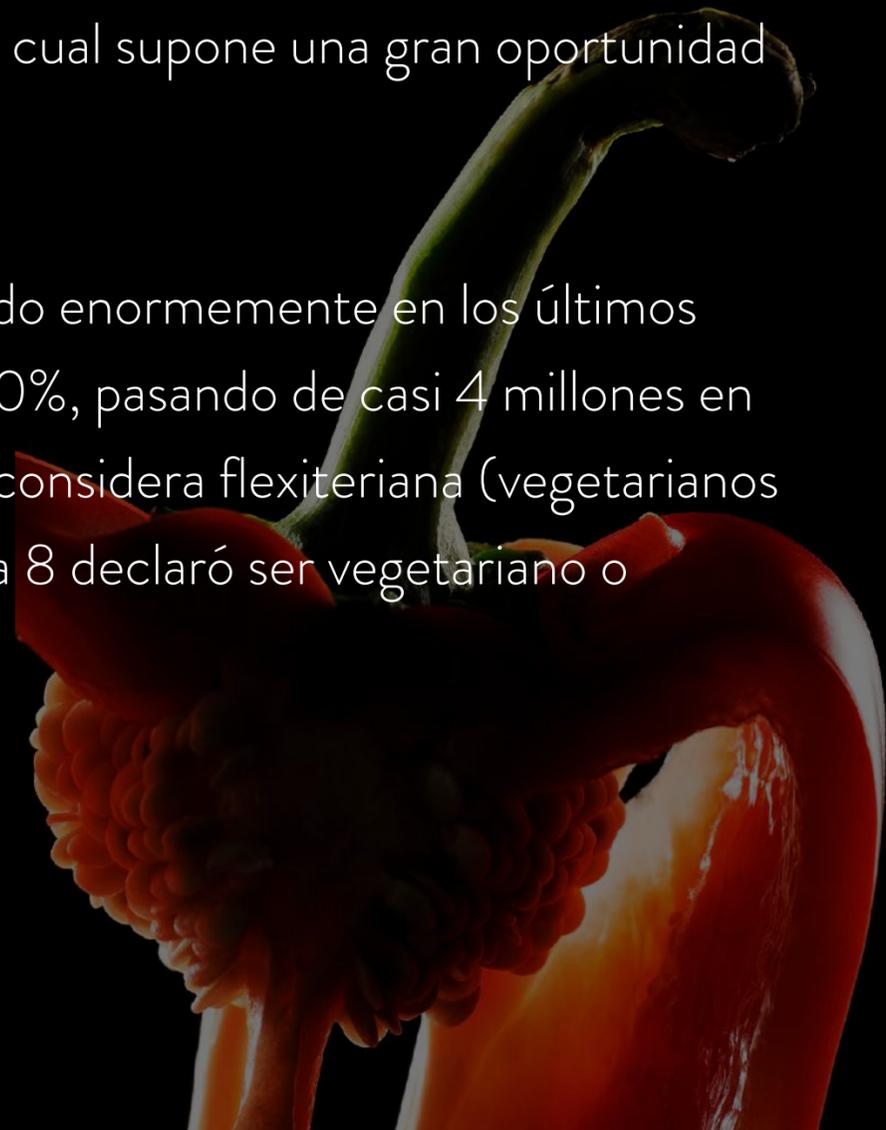
Encontrar soluciones para mejorar nuestros sistemas alimentarios nos ayudará a avanzar hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para la paz y la prosperidad de las personas y el planeta, descritos en la Agenda 2030 por la ONU (Organización de las Naciones Unidas). Desde la gastronomía, sector afín a la agricultura y la industria alimentaria, se pueden modificar ciertos hábitos para generar una restauración sostenible. En esa línea, se debería gestionar los restaurantes con valores ambientales y sociales, teniendo en cuenta la huella ambiental de cada negocio para tomar las acciones necesarias para reducirlo.

03. NUEVA TENDENCIA DE CONSUMO

03. NUEVA TENDENCIA DE CONSUMO

Las dietas basadas en plantas se han hecho populares como medio para reducir la huella medioambiental que suponen las dietas no vegetarianas, para promover la salud humana y el bienestar animal. Aunque los porcentajes de vegetarianos y veganos son bajos en comparación con los omnívoros, su número ha aumentado considerablemente en los últimos años. También está aumentando el consumo de productos alimentarios parecidos a la carne elaborados a partir de productos de origen no animal, lo cual supone una gran oportunidad para la industria alimentaria.

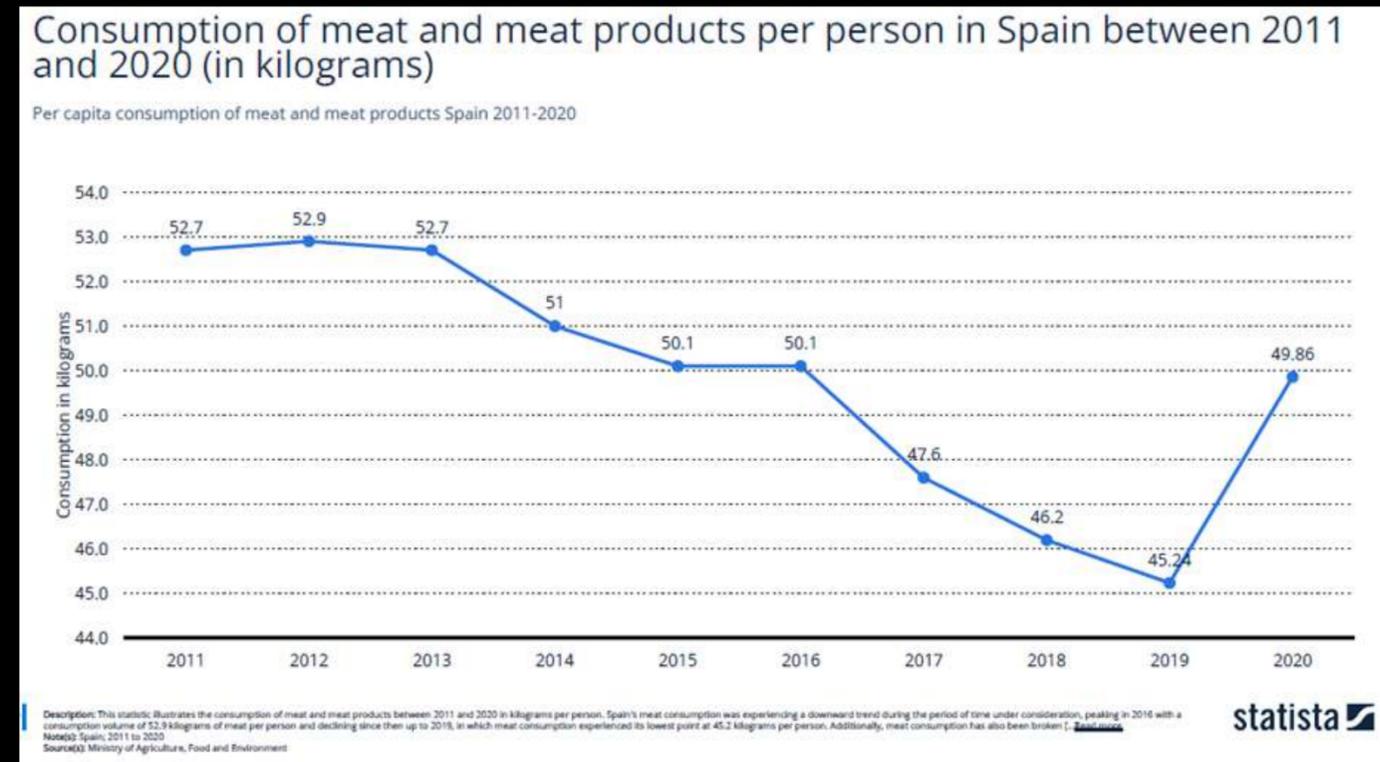
El número de personas que siguen dietas basadas en plantas está aumentando enormemente en los últimos años en todo el mundo. En Estados Unidos, los veganos aumentaron un 500%, pasando de casi 4 millones en 2014 a 19,6 millones en 2017. En el Reino Unido, el 21% de la población se considera flexiteriana (vegetarianos que comen ocasionalmente alimentos procedentes de animales), y 1 de cada 8 declaró ser vegetariano o vegano.



03. NUEVA TENDENCIA DE CONSUMO

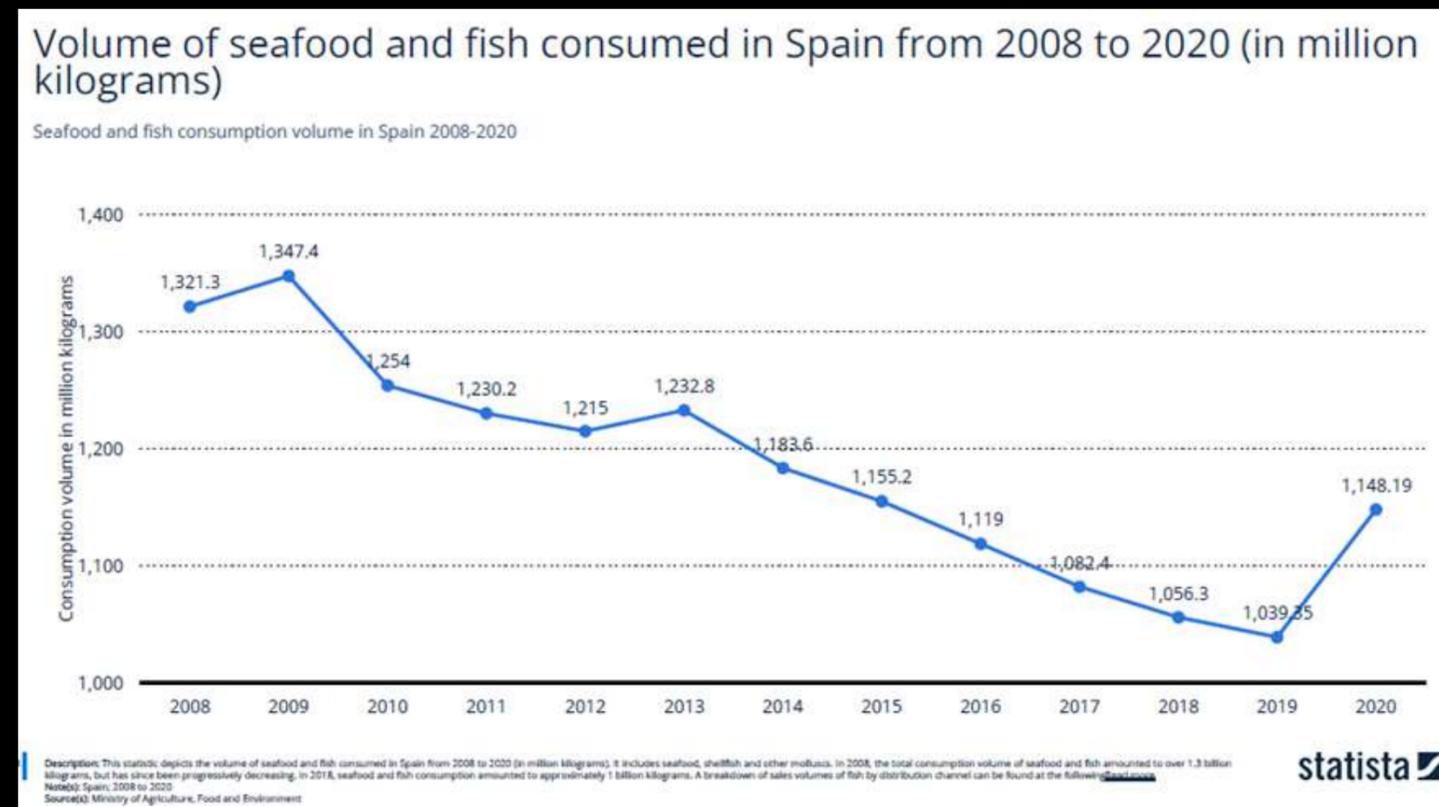
En Alemania, los vegetarianos pasaron del 1% en 2005 al 7% en 2018; en Italia, la población que no consume carne ha aumentado un 94,4% de 2011 a 2016 y, en España, los flexitarianos aumentaron un 25% en dos años. Además, una encuesta mundial realizada en 2019 informó de que el 40% de los consumidores está tratando de reducir su consumo de proteínas animales, mientras que el 10% evitó la carne roja por completo.

Si nos fijamos en cifras más detalladas de España, como muestra el gráfico adjunto, el consumo de carne y otros productos cárnicos por persona se ha reducido en 2,84 Kg entre el 2011 y el 2020, siendo en 2019 la cifra más baja registrada (45.24 Kg de carne por persona).



03. NUEVA TENDENCIA DE CONSUMO

Esta tendencia a la baja también se ve reflejada en el consumo de pescado y marisco como muestra el gráfico siguiente. Al mismo tiempo, el consumo de fruta y verdura ha aumentado de 4424 a 4611 Kg y de 2891 a 2955 Kg, respectivamente, entre el 2015 y el 2020.



03. NUEVA TENDENCIA DE CONSUMO

Estos datos indican un claro cambio en la tendencia de consumo de la población española. En los últimos años, debido a los motivos comentados anteriormente, ha aumentado el patrón de dieta vegetariana, con disminución del consumo de carne y aumento del consumo de alimentos de origen vegetal, al mismo tiempo que ha aumentado el consumo de productos plant based creados por la industria alimentaria.

Esta industria se encuentra actualmente en un momento de expansión y, aunque cada vez hay más empresas en el mercado que producen productos plant based, son muchos los consumidores que confirman la necesidad de tener más opciones de productos alternativos a la carne. Todavía existen algunas opciones que los consumidores catalogan como caras, poco saludables y procesadas en exceso.

Una de las empresas en expansión dentro del sector es HeuraFoods, con la que hemos tenido el placer de hablar para conocer su punto de vista. Véase la entrevista a continuación.



04. HEURA FOODS

04. HEURA FOODS



BARCELONA
CULINARY
HUB
Escuela Superior
de Gastronomía

Heura Foods se fundó en 2017 en Barcelona, con el objetivo de ofrecer productos de carne 100% vegetal hecha a base de legumbres. Tiene el propósito de ser una misión social convertida en empresa y empoderar a las personas a cambiar el actual sistema alimentario por uno más sostenible, saludable y nutritivo. Sus productos respiran herencia y gastronomía mediterránea, es decir, utilizan ingredientes de alta calidad como el aceite de oliva, son clean label, tienen altos valores nutricionales, etc. Actualmente ya están en más de 10 países y siguen creciendo a un ritmo vertiginoso. Los productos que ha desarrollado Heura Foods son los siguientes: Tiras originales, Bocados especiados, Bocados mediterráneos, Bocados originales, Hamburguesa original, Albóndigas originales, Salchichas originales y Chorizo original.

Entrevista a Aleix Álvarez, Business Analyst en Heura Foods:

¿A partir de qué tipo de proteína se desarrollan los productos Heura Foods?

Se utilizan legumbres con alto contenido en proteínas y libres de GMO (sin modificaciones genéticas), como guisantes, soja y mezcla de ambas.

04. HEURA FOODS

¿Ha habido un aumento en el crecimiento de ventas desde 2017? ¿A qué creéis que se debe un incremento en la tendencia del consumo plant based?

Efectivamente. El crecimiento desde 2017 es exponencial. Hay noticias publicadas en diferentes medios como Expansión o La Vanguardia que ponen en contexto el crecimiento con cifras (véase en el siguiente link).

El crecimiento de la tendencia del consumo plant based es alcista a nivel mundial, pero especialmente en España (muy retrasado en este mercado si se compara, por ejemplo, con los Países Nórdicos o Alemania, que tienen un mercado más maduro). En 2017 pocas personas, a parte de las veganas/vegetarianas, conocían la marca (u otras americanas como Beyond o Impossible Foods) y, en cambio, ahora es una opción más a tener en cuenta de la gente cuando va al supermercado o a un restaurante. También puede ser debido a que ahora hay muchas más opciones de productos plant based, por lo que los consumidores pueden elegir entre una mayor variedad de productos.

04. HEURA FOODS

¿Hay un perfil de consumidores claro? ¿Ha habido un cambio en este perfil durante estos últimos años?

Antes era un producto que solo iba dirigido a veganos, vegetarianos, flexitarianos, etc. Ahora, el consumidor es cualquiera, sobre todo omnívoros que, por distintas razones (salud, medio ambiente, sufrimiento animal), quieren disminuir el consumo de carne.

¿Los consumidores escogen vuestro producto principalmente por motivos medioambientales o por motivos de salud?

En Heura se hace hincapié en ambos argumentos, con lo que diría que no hay un motivo por encima del otro a nivel comunicación desde Heura. Habría que añadir el sufrimiento animal como otra causa por la que un consumidor puede escoger Heura/productos plant based. Pero, si es cierto que, a nivel de salud, tenemos una ventaja competitiva contrastada vs la "competencia" (entendiendo competencia como otras marcas de plant based).



04. HEURA FOODS

¿Qué perspectiva de crecimiento tiene Heura Foods en los próximos años?

Heura tiene una clara y ambiciosa visión internacional con lo que los objetivos de HeuraFoods a medio y largo plazo es la conquista de mercados grandes y más maduros en plant based tanto en Europa, Inglaterra, Francia, Italia, Alemania, como en el resto del mundo, Asia, América, etc.



05. CONCLUSIONES

05. CONCLUSIONES

A modo de conclusión, el estudio nos muestra que en los últimos años ha aumentado considerablemente la tendencia de llevar a cabo una dieta basada en productos de origen vegetal por motivos relacionados con la salud, el medio ambiente y el trato animal. En esta línea, cada vez hay más opciones en el mercado que ofrecen productos de aspecto y sabor parecido a la carne, pero producidos a partir de productos vegetales. Heura Foods es un ejemplo de empresa que produce “productos cárnicos” a partir de legumbres y que está creciendo exponencialmente. Aun así, todavía hay mucho recorrido que hacer, ya que las opciones de productos plant based en ocasiones pueden ser más caras y menos saludables, dependiendo de cómo se produzcan.

Por otro lado, también queda mucho trabajo que hacer para modificar el sistema agroalimentario y concienciar a la población para que, tanto la producción como el consumo, sea más sostenible y respetuoso con el medio ambiente. Este tema es de gran importancia y debería ser abordado con influencia sobre la población, para asegurar nuestro futuro y el de nuestros hijos.

06. BIBLIOGRAFIA

06. BIBLIOGRAFIA

- Katherine D. McManus. What is a plant-based diet and why should you try it? Harvard Health Blog. November 2021.
- Alcorta A et al. Foods for Plant-Based Diets: Challenges and innovations. Foods. 2021.
- <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>
- Soret S, Mejia A, Batech M, Jaceldo-Siegl K, Harwatt H, Sabaté J. Climate change mitigation and health effects of varied dietary patterns in real-life settings throughout North America. Am J Clin Nutr. 2014 jul.
- Statista. Food trends consumption in Spain. Industries & Markets.
- Heura <https://heurafoods.com/>

ESTUDIO ELABORADO POR:



Dra. Júlia Haro

Doctora en Biomedicina (2020) en la Universidad Rovira i Virgili (Reus, Tarragona).

Participación en congresos internacionales; Federation of American Societies for Experimental Biology, Canadá (2018) y International Conference on One Carbon Metabolism, B Vitamins and Homocysteine, España (2019).

Máster en Nutrición y Metabolismo en la Universidad de Barcelona juntamente con la Universidad Rovira i Virgili. Estancia en la Universidad Pierre et Marie Curie (Paris 6) con el grupo de investigación “Integrative Biology of Atherosclerosis” en el Hospital la Pitié-Salpêtrière. Graduada en Nutrición Humana y Dietética en la Universidad de Barcelona. Estancia la Fundació Aícia, departamento de Salud y Buenos Hábitos Alimentarios.

CONTACTO



BARCELONA CULINARY HUB

Avinguda de la Granvia de l'Hospitalet, 153
08908 L'Hospitalet de Llobregat, Barcelona
932 51 71 04 info@barcelonaculinaryhub.es

MÁSTERES Y POSGRADOS

admisiones@barcelonaculinaryhub.es
+34 932 71 93 94

COMUNICACIÓN Y PRENSA

comunicacion@barcelonaculinaryhub.com

GRADO EN DIRECCIÓN GASTRONÓMICA

admisionesgrado@barcelonaculinaryhub.com
+34 932 71 94 06

INFORMACIÓN GENERAL

info@barcelonaculinaryhub.es
+34 93 251 71 04