

Comercialización del bienestar de los animales de granja



Durante mucho tiempo, la legislación ha sido el instrumento más utilizado a la hora de proteger el bienestar de los animales de granja. Recientemente sin embargo, los consumidores empiezan a exigir junto a la calidad del producto una producción más ética, lo que convierte el bienestar animal en un posible valor añadido para productores, minoristas y otros integrantes de la cadena alimentaria.

Para apoyar a los integrantes de la cadena en este esfuerzo, Welfare Quality[®] ha analizado el impacto de esta nueva demanda por parte del consumidor, y la respuesta de la industria. La investigación que se ha llevado a cabo Welfare Quality[®] en Noruega, Suecia, los Países Bajos, el Reino Unido, Francia e Italia se centra en el modo en que se recurre al bienestar del animal desde la granja al supermercado para incrementar el valor del producto y ampliar los principios éticos.

Bienestar animal y diferenciación de productos

Dos grupos principales dirigen la segmentación de los productos alimentarios y diversificación de los productos, basándose en el bienestar animal:

- los consumidores, que buscan comprar productos de explotaciones que cuenten con mejores condiciones de bienestar animal,
- los integrantes de la cadena alimentaria (minoristas, procesadores, fabricantes y cooperativas de productores), que ejercen y muestran sus responsabilidades éticas.
- La investigación de Welfare Quality[®] muestra que esta segmentación del mercado opera a través de vías, a menudo relacionadas: a) a partir de demandas específicas sobre bienestar de los productos, y b) la introducción de condiciones de bienestar en los sistemas de garantía de calidad de la cadena de suministro.

A través de un inventario detallado y una evaluación de los productos alimentarios con demandas de bienestar disponible para los consumidores europeos, el proyecto Welfare Quality[®] muestra la utilización del bienestar animal como un componente de diferenciación de los productos.

Se ha observado que expresiones asociadas con el bienestar del animal, como “free range” (criado

en libertad), “grass fed” (alimentado con pasto), “outdoor reared” (criado al aire libre), “absence of growth promoters” (libre de promotores del crecimiento) y “slower growth” (crecimiento lento), aparecen cada vez con más frecuencia en los productos con base animal. En determinados países, se han identificado más de cien productos con estas características.

No obstante, el proyecto Welfare Quality[®] también muestra que condiciones específicas de bienestar se integran más frecuentemente en los esquemas de garantía de calidad de mataderos, transportista y ganaderos. Esta nueva estrategia indica que el bienestar animal suele resultar importante para el acceso al mercado, y que los productos que cumplen los criterios adicionales de bienestar son más numerosos de lo que se podría pensar a partir de las etiquetas identificables. Esto indica que el bienestar animal se está convirtiendo en un elemento más de la calidad alimentaria. Muestra además, el compromiso ético y de calidad que los proveedores de alimentos han adquirido con sus consumidores.

Bienestar animal y calidad de los productos

A pesar del aumento en el uso de las condicio-



Este estudio ha sido realizado dentro del primer subproyecto de Welfare Quality®.

Investiga la actitud y práctica social de los consumidores, ganaderos y minoristas, y su impacto en el bienestar del animal. Evalúa la posibilidad de llevar a la práctica nuevas estrategias de bienestar animal. Jefe del Subproyecto: Unni Kjærnes, Unni.Kjærnes@sifo.no

nes de bienestar que revela nuestra investigación, existen muy pocos esquemas de etiquetado dedicados al bienestar animal. En líneas generales, la información sobre la mejora en el bienestar animal se hace llegar a los consumidores a través de tres medios:

- Especificaciones sobre las condiciones bienestar animal en el envasado de los productos;
- las etiquetas independientes que avalan un determinado sistema de producción, que se considera que ofrecen un mejor bienestar animal;
- la inclusión de varias características positivas del producto expresadas de forma implícita a través de una marca.

El estudio de Welfare Quality® revela que, mientras numerosos productores y proveedores alimentarios acogen con entusiasmo el bienestar animal como un elemento del producto y de diferenciación, el uso de etiquetas independientes específicas no recibe un apoyo generalizado. El endurecimiento de los criterios de bienestar animal se ve como una contribución a la calidad del producto (también el compromiso de calidad de productores y proveedores). Por esa razón, el bienestar de éstos se une, habitualmente, a otras características del producto, como el origen, la tradición, los beneficios medioambientales y la producción orgánica, abarcando así un campo más amplio de preocupaciones e intereses de los consumidores. En Europa existen claras diferencias entre los franceses y los italianos, que por lo general dan prioridad a la calidad gastronómica de los alimentos, y los ciudadanos de los países del norte, que a menudo unen su preocupación por el bienestar animal con el medioambiental.

Bienestar animal y valor añadido

El bienestar animal constituye un valor añadido. Los productos provenientes de animales con un mejor bienestar no solo aumentan el valor económico del producto, sino que ha quedado demostrado que unas malas condiciones de producción resultan más costosas. Este coste está provocado por los efectos negativos en la

salud de los animales, la productividad y la calidad del producto, y por la imposibilidad de los productores de llegar a mercados o responder a la demanda del consumidor. En varios países europeos, la investigación de Welfare Quality® ha mostrado cómo los grupos de productores, fabricantes y minoristas han reaccionado de diferentes maneras a este potencial, aunque todos tienen desafíos comunes.

Dada la naturaleza del mercado selecto, sólo algunos pueden venderse como productos de alta calidad con valor añadido, por lo que la oportunidad todavía reside en encontrar un mercado de estas características para el mayor número posible de productos animales generados de acuerdo a exigentes criterios de bienestar. Los procedimientos de evaluación, críticos con validación de las demandas de bienestar animal, tiene que ser suficientemente flexibles como para apoyar la demanda de diferentes marcas y estimular mejoras de bienestar animal en la cadena alimentaria. La valoración de Welfare Quality® ofrecerá un instrumento flexible para ayudar a que el mercado cumpla sus compromisos de bienestar y, a través de determinados parámetros fundamentados en las características de los animales, facilitará una mayor claridad en las especificaciones sobre el bienestar de los mismos. La unión entre una normativa adecuada y los mecanismos del mercado para aumentar la calidad de las condiciones de las explotaciones ganaderas europeas puede resultar igual de beneficiosa para proveedores y consumidores.

Si desea más información, diríjase a:

Dr Emma Roe, E.J.Roe@soton.ac.uk,
Prof. Henry Buller, H.Buller@exeter.ac.uk

Este documento informativo se encuentra a su disposición en la página web de Welfare Quality®, www.welfarequality.net. En la lista de documentos que podrá descargar, se encuentran también algunos como los "Principios y criterios del bienestar animal" y "Mejoras en la cría de los lechones".



Coordinador del proyecto:

Prof. Dr Harry J. Blokhuis, Países Bajos,
harry.blokhuis@hnh.sl.u.se

Oficina del proyecto Welfare Quality®

Animal Sciences Group of Wageningen UR
Postbox 65, 8200 AB Lelystad
Países Bajos
Teléfono: +31 (0)320 293503
Fax: +31 (0)320 238050
Correo electrónico: info@welfarequality.net

www.welfarequality.net

Welfare Quality® es un proyecto de investigación europeo centrado en la integración del bienestar de los animales de granja en la cadena de calidad alimenticia. El proyecto tiene como objetivo satisfacer la preocupación social y las exigencias del mercado acerca del desarrollo de sistemas fidedignos de supervisión en las granjas, sistemas de información del producto y estrategias prácticas específicas de cada especie para mejorar el bienestar animal. 44 institutos y universidades, que representan a trece países europeos y a cuatro latinoamericanos, participan en este proyecto de investigación integrado.

Welfare Quality® está cofinanciado por la Comisión Europea, en el 6º Programa Marco, contrato N° FOOD-CT-2004-506508

En el texto se exponen las opiniones de los autores, que no representan necesariamente la postura de la Comisión, la cual no será responsable del uso de dicha información.