

NOTA DE PRENSA- PRESS RELEASE- NOTA DE PRENSA- PRESS RELEASE



CNTA REÚNE A LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA EN UNA JORNADA  
SOBRE DIFERENCIACIÓN OBJETIVA

**San Adrián (Navarra), 28 de noviembre de 2017.**—Más de un centenar de representantes de la industria alimentaria de España se dieron cita la semana pasada en las instalaciones de CNTA (Centro Nacional de Tecnología y Seguridad Alimentaria) en una jornada que llevaba por título: **Diferenciación objetiva**. En esta jornada se profundizó en cuatro de las tendencias estratégicas más importantes a nivel mundial y que consiguen tener un impacto positivo en la diferenciación de la industria agroalimentaria. La jornada estuvo dividida en cuatro bloques temáticos y en cada uno de ellos se trató una de las tendencias estratégicas: marca sensorial; autenticidad, trazabilidad y transparencia, a través de la tecnología blockchain; naturalidad; y dieta personalizada y salud.

La jornada comenzó con la intervención de Héctor Barbarin, Director General de CNTA, quien habló de la diferenciación objetiva como uno de los horizontes en los que se puede fijar la industria agroalimentaria para mejorar su competitividad. Precisamente hizo referencia al último estudio "*BrandZ Top-30 Most Valuable Spanish Brands*" sobre el valor de las marcas, realizado por las empresas WPP y Kantar Millward Brown. Comentó que en uno de los capítulos de dicho estudio se menciona que una de las asignaturas pendientes de las marcas en España es que, en su mayoría, carecen de una diferenciación clara. Es por ello que este año CNTA decidió enfocar su jornada de transferencia de tecnología a hablar de la diferenciación y de cómo, mediante el uso de la tecnología, la industria alimentaria puede lograr esa diferenciación de forma objetiva. En definitiva, lo que CNTA pretende con esta jornada es que los asistentes se puedan inspirar, conozcan lo que está por venir y que ello les permita avanzar y obtener una diferenciación con la que consigan ser más competitivos.

La primera tendencia estratégica tratada fue la **marca sensorial**, como una estrategia para lograr productos únicos y diferenciados desde el punto de vista del consumidor. Inés Echeverría Directora de I+D+i de CNTA fue la encargada de moderar la mesa redonda que se formó alrededor de ésta temática. Mencionó que CNTA lleva trabajando tiempo en esta estrategia y lo que pretende es facilitar la tecnología que ayude a las empresas a lograr que la huella sensorial que deja un producto en el consumidor sea única, siempre la misma, reconocida por el consumidor y la que él prefiere. El resto de integrantes de la mesa fueron: Mercedes Arjona, Responsable de Calidad de Alcampo, Francisco José Pérez Elortondo de la UPV/EHU, M<sup>a</sup> Jose Bengoechea, Responsable de Control de Calidad de CNTA e Ignacio Hernández, Director de I+D+i de General Mills. Los participantes de esta mesa se mostraron de acuerdo en que el consumidor cobra cada vez más importancia y ello implica hacer uso de herramientas, como paneles de consumidores o catas de expertos, para tener en cuenta sus preferencias. En este sentido, Francisco José Pérez Elortondo de la UPV/EHU mencionó que *"la apreciación de las propiedades sensoriales condiciona la elección de los productos"*

*\*Para más información:*

Dpto. de comunicación Tfno: +34 **948 29 31 30**

[gabinete@cnta.es](mailto:gabinete@cnta.es) / [www.cnta.es](http://www.cnta.es)

## NOTA DE PRENSA- PRESS RELEASE- NOTA DE PRENSA- PRESS RELEASE

*agroalimentarios. Por ello es fundamental que el sector aplique métodos adecuados de análisis de estas propiedades, que permitan medir la influencia de las materias primas y de las condiciones del proceso en el perfil sensorial, y que también permitan estudiar la variabilidad de las preferencias de los consumidores. Garantizar la ausencia de defectos y comprobar la conformidad de un producto, con respecto a una norma o especificación, requiere la participación de evaluadores entrenados y cualificados para ello". Por otro lado "Si se desea investigar la percepción de las diferencias entre productos, por parte de los consumidores, es evidente que será necesario obtener respuestas a partir de ellos". Por ello considera que "el análisis sensorial es una herramienta indispensable para innovar, optimizar y controlar la calidad sensorial de los productos, para que el consumidor los identifique y los elija".*

Por su parte, M<sup>a</sup> José Bengoechea de CNTA ha mencionado que "para obtener una marca sensorial objetiva es necesario aplicar una sistemática de caracterización intensiva al producto alimentario que permita, mediante su correlación con sus atributos organolépticos, definir la marca o la huella sensorial que ese producto va a dejar en el consumidor". Mostró la metodología para obtener la marca sensorial y mencionó algunas de las tecnologías más novedosas, como imagen 3D o hiperespectral, que van a permitir definir dicha marca sensorial. La tecnología permite objetivar las características sensoriales de los productos alimentarios, lo cual simplifica el control de los atributos sensoriales clave que definen la marca sensorial.

De una forma muy concreta, los presentes en la jornada pudieron ver cómo una compañía como General Mills lleva a cabo su estrategia *Consumer first* donde la experiencia que siente el consumidor al degustar cada uno de sus productos tiene que ser total y esto les lleva a que todos sus productos sean *Premium*. Como conclusión de esta mesa se puede recoger la frase de Mercedes Arjona de Alcampo, "un fallo en uno de sus productos no afecta a la imagen de calidad de ese producto concreto, sino que afecta a la imagen de marca de una forma transversal".

El segundo bloque abordó los temas de **autenticidad, trazabilidad y transparencia**. Antes de la intervención de Jaume Castanyer, Arquitecto de Tecnologías de la Información de IBM, Estefanía Erro, Directora de Marketing y Comercial de CNTA le lanzaba la siguiente pregunta: **¿Blockchain** es la tecnología del futuro? A este respecto Castanyer contestó que no sólo es la tecnología del futuro sino que supondrá una revolución similar a la que en su día supuso internet. Blockchain (o cadena de bloques) es una tecnología que surgió alrededor de las bitcoins y del mundo financiero, pero esta tecnología puede usarse para documentar y registrar de forma fiable casi cualquier cosa. Precisamente esta utilidad es la que se está extendiendo en la industria alimentaria dado su enorme potencial para garantizar la trazabilidad y, por lo tanto, la seguridad alimentaria de los productos desde su origen hasta la mesa del consumidor. Además no sólo facilita la trazabilidad sino que ayuda a reducir el fraude y garantizar la autenticidad.

*\*Para más información:*

Dpto. de comunicación Tfno: +34 **948 29 31 30**  
[gabinete@cnta.es](mailto:gabinete@cnta.es) / [www.cnta.es](http://www.cnta.es)

## NOTA DE PRENSA- PRESS RELEASE- NOTA DE PRENSA- PRESS RELEASE

Precisamente, ya en agosto, IBM se asoció con varias marcas como: Nestlé, Walmart, Unilever, Dole Food Company, Droger y Tyson Foods para rastrear cadenas de suministro de alimentos y mejorar la seguridad a través de la tecnología blockchain.

En el tercer bloque se trató la tendencia por lo **natural**. Actualmente, debido al estilo de vida que lleva la sociedad cada vez son demandados productos que puedan consumirse de forma rápida, fáciles de usar, listos para el consumo directo... por ejemplo salsas, sopas, cremas, zumos, platos preparados, etc. Además de esta facilidad y rapidez en el consumo del producto, la sociedad también exige que sean productos lo más parecidos, sensorial y nutricionalmente, al producto original durante más tiempo. En este bloque intervinieron Inés Echeverría, Directora de I+D+i de CNTA, Silvia García responsable Técnico-Científico de CNTA y Patxi Salcedo, Director de I+D+i del Grupo IAN. En esta mesa se habló sobre qué tecnologías y estrategias de conservación de alimentos ayudan a conseguir productos que, una vez elaborados, son percibidos como frescos o recién hechos por el consumidor. En este sentido Inés Echeverría de CNTA afirmó que *“compatibilizar seguridad alimentaria y conservación de alimentos, con la llegada al consumidor del producto manteniendo sus características originales, es un reto que requiere de una aproximación integral y del uso inteligente del amplio abanico de tecnologías tradicionales y emergentes a lo largo de todo el proceso”*. En este bloque también se dieron a conocer los resultados obtenidos en el proyecto europeo H2020 Hipster, cuyo líder ha sido CNTA. En este sentido, Silvia García comentó las nuevas posibilidades de conservación de alimentos que ofrece la combinación de la tecnología de alta presión con temperatura (HPT). Además se contó con la aportación de Patxi Salcedo, del Grupo IAN, y también socio del proyecto Hipster, quien compartió con los asistentes su experiencia en el reto de la naturalidad. Mostró la dificultad que supone para los departamentos de I+D cumplir con las expectativas de sus departamentos de marketing y de los consumidores, cuando el reto que se persigue es el de la naturalidad, como es el caso de IAN, que apuesta por los ingredientes naturales y por la eliminación de aditivos. Mencionó que un producto natural sólo se obtiene mediante la aplicación de tecnología y que para cuando se consigue llegar al producto, especificado por marketing, han sido necesarios muchos desarrollos tecnológicos y muchas validaciones de procesos.

Por último, tuvo lugar el bloque destinado a la cada vez mayor asociación entre **nutrición personalizada y salud**. Concretamente se habló sobre la tendencia hacia una nutrición cada vez más personalizada basada en los perfiles nutricionales y genéticos de las personas. En este último bloque intervino Carlos González-Navarro, Director de Innovación del Centro de Investigación y Nutrición de la Universidad de Navarra, como moderador. Luis Zamora, Vocal de Sedyn y Director Estratégico de Global Healthcare, habló sobre las tendencias de futuro en salud y alimentación, para lo que propuso conocer al futuro consumidor. En este sentido mencionó que *“el consumidor potencial del futuro en alimentación y en salud se enmarca dentro de la generación millennial, una generación que no vive la salud como una inversión en la prevención de patologías, sino que prefiere la salud como una forma de vida. Dentro de esta forma de vida Zamora menciona que está la alimentación. “Se identifican con lo que comen y se expresan a través de las elecciones que hacen”. Por ello la alimentación de cercanía, vivida como algo natural, tendente a los extractos herbales y el mundo vegetal*

*\*Para más información:*

Dpto. de comunicación Tfno: +34 **948 29 31 30**

[gabinete@cnta.es](mailto:gabinete@cnta.es) / [www.cnta.es](http://www.cnta.es)

## **NOTA DE PRENSA- PRESS RELEASE- NOTA DE PRENSA- PRESS RELEASE**

*serán los grandes ejes que se articularán en el futuro, así como los alimentos tradicionales de otras culturas.* También intervinieron Diego Pérez, CEO de Nutrigen Service, quien expuso cómo soluciones de nutrición personalizada, vía aplicaciones, pueden ayudar a las marcas de alimentación a potenciar el marketing señorial y experimental de sus productos. Para finalizar Iñigo Antón, Director de I+D y Marketing de Congelados Navarra habló sobre las oportunidades que brinda la nutrición personalizada para la industria alimentaria. Concretamente se centró en la nutrición personalizada para los "seniors". Mencionó que la principal dificultad de la nutrición personalizada es que exige lotes muy pequeños, pero que esto se resuelve gracias a la internacionalización.

Al finalizar la jornada hubo un espacio para el networking entre los asistentes y CNTA ofreció la posibilidad de realizar una visita guiada al centro a todos los que estuvieron interesados.

La jornada de transferencia de tecnología de CNTA se repite cada final de año en las instalaciones de este centro tecnológico nacional. Tiene como objetivo general reunir a la industria alimentaria en torno a una tecnología o tendencia de vanguardia que suponga un nuevo horizonte para mejorar la competitividad. Este año la jornada fue patrocinada por La Caixa, quien además de patrocinar esta jornada también apoya a CNTA en un proyecto de investigación, y por el Ayuntamiento de San Adrián, localidad en la que está ubicado el centro.

### **Sobre CNTA**

El **Centro Nacional de Tecnología y Seguridad Alimentaria (CNTA)** es una asociación privada sin ánimo de lucro creada en 1981 por iniciativa de la Asociación Industrial de Conservas Vegetales del Valle del Ebro, con el objetivo de contribuir al desarrollo e innovación de las empresas alimentarias y por extensión, favorecer la competitividad del sector. CNTA ha evolucionado conforme a las exigencias del entorno y demandas del mercado agroalimentario para conseguir cubrir cualquier necesidad tecnológica de cualquier subsector de la industria agroalimentaria.

CNTA hoy es un centro tecnológico que tiene el propósito de ser un referente nacional y de contribuir a la mejora de la competitividad y de la calidad de todo el sector agroalimentario. Como todo centro tecnológico desarrolla dos tipos de actividad: por un lado se dota de conocimiento, a través de los proyectos de investigación financiados por las administraciones europeas, nacionales y autonómicas, y por otro lado traslada el conocimiento adquirido a las empresas a través del desarrollo de proyectos de I+D, de los servicios tecnológicos que presta y de la formación que imparte. Para ello cuenta con un equipo total de 137 personas, entre las que se encuentra un gran número de tecnólogos altamente cualificados. CNTA tiene la vocación de estar en vanguardia, alcanzar la excelencia tecnológica, orientar sus actividades a la obtención de resultados y adquirir un compromiso con cada cliente y socio. Todo ello con el objetivo de ayudar a la industria a resolver sus retos y a diferenciarse en el mercado.

Más información: [www.cnta.es](http://www.cnta.es). Además CNTA participa en la Corporación Tecnológica ADitech. Más Info: [www.aditechcorp.com](http://www.aditechcorp.com)

*\*Para más información:*

Dpto. de comunicación Tfno: +34 **948 29 31 30**  
[gabinete@cnta.es](mailto:gabinete@cnta.es) / [www.cnta.es](http://www.cnta.es)