



# VISIÓN ACTUAL DE LOS ALIMENTOS FUNCIONALES EN LA ALIMENTACIÓN DE GATOS Y PERROS

Doctor Domingo Ruiz-Cano<sup>a</sup>, Licenciado Ginés Sánchez Carrasco<sup>b</sup>, Catedrático Marino B. Arnao<sup>c</sup>

<sup>a</sup> Dpto de I+D+i de ALINATUR PET FOOD, S.L., Lorca, Murcia, España.

<sup>b</sup> Dpto de Producción de ALINATUR PET FOOD, S.L., Lorca, Murcia, España.

<sup>c</sup> Dpto de Biología Vegetal (Área de Fisiología Vegetal), Facultad de Biología, Universidad de Murcia, España.

Los gatos y perros presentan diferencias significativas en los procesos relacionados con la digestión de alimentos. Además, la dieta tiene un importante papel en la prevención de enfermedades relacionadas con el proceso digestivo y otras. Proporcionar a las mascotas una dieta nutricionalmente equilibrada es responsabilidad de los tutores. En este contexto han surgido numerosas innovaciones relacionadas con el desarrollo de alimentos más saludables y propiedades específicas llamados “alimentos funcionales”, fomentando un próspero mercado.

Gatos y perros presentan diferencias significativas en los procesos relacionados con la digestión de alimentos. Así mientras que los gatos son carnívoros, los perros parecen ser omnívoros como los seres humanos (Bosch et al., 2015), compartiendo rasgos carnívoros como: la carencia de amilasa salival, tracto gastrointestinal corto y déficit en la síntesis de vitamina D (NRC, 2006). Algunos estudios muestran relaciones epidemiológicas entre componentes alimentarios y enfermedades actuales, de gran incidencia como alergias, enfermedades gastrointestinales, obesidad, salud bucal, etc. (Wernimont et al., 2020), siendo la obesidad el problema nutricional más comúnmente observado en los animales de compañía (German, 2006).

Gatos y perros conviven con los humanos desde hace miles de años (Grzeškowiak et al., 2015), desembocando en un fuerte vínculo emocional mutuo. En la sociedad actual los seres humanos contemplan a sus mascotas como, seres próximos de apoyo emocional, terapéutico, e incluso psicológico, lo que ha propiciado

su introducción plena en los hogares, compartiendo íntimamente el estilo de vida con sus tutores (de Godoy, Kerr & Fahey, 2013). En general, la mayoría de los propietarios los considera como un miembro más de la familia según algunas estadísticas (63% de éstos en los Estados Unidos y más del 71% en Italia) (AVMA, 2012, Russo et al., 2017), proliferando la convivencia con estos animales; por ejemplo, en España existen 5,8 millones de gatos y 9,3 millones de perros en los hogares (ANFAAC, 2021). Esta tendencia hacia la humanización, sobre todo en el ámbito urbano, ha derivado en que los tutores seleccionen alimentos elaborados con ingredientes de consumo o grado humano por considerarlos erróneamente como más apetecibles, digeribles y seguros (AVMA, 2012). No obstante, dicha categorización no está legislada en ninguna normativa o reglamento de alimentación animal.

Por otro lado, al igual que ocurre con sus propietarios, los animales de compañía se ven cada vez más afectados por enfermedades ligadas a problemas de salud relacionados con el sobre-

peso y la obesidad (Theysgeur et al., 2020), tales como diabetes, cáncer, enfermedades respiratorias, del aparato locomotor y trastornos de la piel, lo cual proyecta una reducción de la esperanza de vida. Los motivos y/o prácticas que originan estos problemas de salud en nuestras mascotas son principalmente (Chandler et al., 2017; Öhlund et al., 2018):

- Una ingesta calórica excesiva debido a errores o déficit en el seguimiento, por parte de los dueños, de las pautas nutricionales recomendadas.
- Una ausencia o disminución excesiva en las rutinas de actividad física.
- La transmisión de los malos hábitos alimenticios de sus propietarios a los animales de compañía (Marshall-Pescini et al., 2012).
- Una cierta confusión en los consumidores ante una amplia y variada oferta de alimentos.

Por consiguiente, los tutores juegan un papel fundamental en la salud de sus animales, principalmente a través de la selección de los alimentos, mediante el compromiso y la responsabilidad de mantener la salud y bienestar de sus mascotas, proporcionando una dieta nutricionalmente equilibrada (Grzeškowiak et al., 2015; Wernimont et al., 2020).

Los consumidores actuales tienen un creciente interés en saber más sobre el contenido nutricional de los alimentos (cantidad y calidad), con especial detalle en aquellos nutrientes que puedan tener efectos adversos en la salud como por ejemplo determinadas grasas, exceso de azúcares, algunos anti-feeding, etc. (Brugiapaglia et al., 2014; Realini et al., 2015). Existen diferentes estudios que han demostrado algunas deficiencias en el etiquetado por parte de la industria del pet food en sus productos, siendo las más habituales: perfiles nutricionales desaconsejados, incumplimientos de la legislación, mal etiquetado de ingredientes/contenidos (Hill et al., 2009). El correcto etiquetado va a contribuir decisivamente a la hora de seleccionar un producto de alimentación para las mascotas.

Asimismo, los tutores buscan formas de mejorar la salud, calidad de vida, longevidad y bienestar de sus animales de compañía, buscando alimentos lo más parecidos a la alimentación humana, debido a que suelen antropomorfizar a sus mascotas (de Godoy et al., 2013).

Este contexto está induciendo la aparición de numerosas innovaciones en el desarrollo de alimentos más saludables, entre los que destacan los llamados “alimentos funcionales”, con un próspero mercado a futuro. Los alimentos funcionales son aquellos que además de la provisión de nutrientes esenciales (agua, proteínas, grasas, carbohidratos, vitaminas y minerales) brindan beneficios para la salud cuando se consumen regularmente como parte de una dieta (Hasler, 2000).

En la función de los alimentos con propiedades beneficiosas es clave la presencia de ingredientes funcionales (compuestos bioactivos, también llamados nutraceuticos), siendo posible su desarrollo a través de estrategias que permiten la adición de estos ingredientes funcionales incrementando su contenido o limitando otros que pudieran tener un efecto negativo o nocivo. No obstante, este nuevo tipo de productos, más especializado nutricional y funcionalmente, requiere de una concienciación por parte del consumidor, haciendo al sector pet food responsable de la transmisión del conocimiento necesario para que se entienda y conozcan las cualidades de los alimentos funcionales.

Este tipo de alimentos constituyen una nueva categoría de productos dentro del pet food. En los últimos años, hay un gran interés por los alimentos funcionales en el sector de los animales de compañía (Elrod & Hofmeister, 2019), aún sabiendo que los consumidores no son conscientes ni están mentalizados de su existencia, siendo fundamental la transmisión-entendimiento del etiquetado de estos productos para gatos y perros por los consumidores. El consumo de estos alimentos funcionales vendría a complementar la oferta de productos convencionales, siempre que los procesos de producción sean capaces de ofrecer precios competitivos para ser adquiridos regularmente.

Recientemente, un estudio ha confirmado que muchos (la mayoría) de los veterinarios están de acuerdo con el uso de los alimentos funcionales cuando perciben que estos productos son seguros y eficaces, sugiriendo que se aplique un riguroso rigor científico en su comercialización (Elrod & Hofmeister, 2019).

En conclusión, las empresas del sector pet food están aumentando considerablemente la incorporación de alimentos funcionales en las dietas de gatos y perros, a pesar de las limitadas evidencias científicas que avalan su efecto en estos animales, por lo que es necesario incentivar la investigación para determinar su justificación, seguridad y eficacia.

ZOO INC.

¡LATINOAMÉRICA ESTÁ  
LISTA PARA CRECER!

TE AYUDAMOS A LLEGAR A CUALQUIER PARTE, HAGAMOS CRECER TU NEGOCIO AHORA

AGENCIA DE MARKETING PARA EL SECTOR AGROPECUARIO

ZOINCAGENCY.COM