



# Acuerdos para una alimentación saludable

Diálogo y consensos para avanzar en la transición proteica y recuperar la dieta mediterránea.

# Contenido

El presente informe tiene como finalidad conocer las percepciones de diferentes sectores vinculados al sistema alimentario en torno a la transición proteica, así como identificar las principales barreras y oportunidades para avanzar en este proceso en España. La elaboración del documento se ha apoyado en una encuesta sociológica a nivel estatal, así como en entrevistas y reuniones con más de veinte organizaciones representativas del sector agrario, sanitario, industrial, de distribución, social y político.

El informe no pretende marcar una posición o propuesta final acerca de los posicionamientos y las políticas públicas y privadas a desarrollar, sino acercarnos un punto de partida para la construcción de consensos en torno a la transición proteica. Tiene como objetivo facilitar el diálogo, explorar posiciones de consenso y señalar medidas que puedan ser aceptadas por múltiples actores, con el objetivo último de mejorar la salud de la población, avanzar en la sostenibilidad ambiental y reforzar las oportunidades de todo el sistema agroalimentario español.

<b>1.</b>	<b>Introducción</b>	<b>4</b>
	La transición proteica como fenómeno global	4
	Relevancia en España	5
<b>2.</b>	<b>Contexto a nivel estatal</b>	<b>6</b>
	La dieta mediterránea como referencia	6
	Comparación entre recomendaciones y consumo real	7
	Tendencias en el consumo plant-based	9
<b>3.</b>	<b>Diálogo para construir consensos</b>	<b>10</b>
<b>4.</b>	<b>La transición proteica vista por diferentes sectores</b>	<b>12</b>
	Personas consumidoras	14
	Sector agrario	16
	Profesionales de la salud y la nutrición	18
	Industria y distribución	20
	Organizaciones sociales	22
	Instituciones públicas	24
<b>5.</b>	<b>Aspectos clave de la transición proteica</b>	<b>26</b>
	Personas consumidoras	26
	Sector agrario	26
	Salud y nutrición	27
	Industria y distribución	27
	Organizaciones sociales	27
	Instituciones públicas	27
<b>6.</b>	<b>Puntos comunes ante la transición proteica</b>	<b>28</b>
<b>7.</b>	<b>Un camino en construcción</b>	<b>30</b>

# 1. Introducción

## La transición proteica como fenómeno global

La transición proteica (o transición plant-based) se define como el cambio progresivo hacia un mayor consumo de proteínas de origen vegetal, reduciendo la dependencia de las proteínas de origen animal, especialmente la carne roja y los productos procesados. Este fenómeno no se limita a una tendencia alimentaria, sino que constituye un proceso estructural que afecta a los sistemas de producción, distribución y consumo a nivel mundial.

A escala internacional, la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) coinciden en señalar la necesidad de que las dietas incorporen más frutas, verduras, legumbres y

cereales integrales. El objetivo es prevenir enfermedades crónicas, reducir las emisiones de gases de efecto invernadero del sistema alimentario y garantizar la seguridad alimentaria en un contexto de crecimiento demográfico y crisis climática.

La Unión Europea ha situado este debate en el centro del **Diálogo Estratégico sobre el futuro de la Agricultura en la UE**, un espacio de reflexión que busca armonizar la producción agraria con los retos de sostenibilidad, competitividad e innovación. Dentro de este marco, la cuestión de las proteínas alternativas y la promoción de dietas saludables aparece como un eje clave para orientar las políticas comunitarias en los próximos años.

## Relevancia en España

En España, la transición proteica ha estado marcada por un debate social y político con altos niveles de polarización. Por un lado, se han enfatizado los beneficios de reducir el consumo de carne desde perspectivas de salud, sostenibilidad y bienestar animal. Por otro, parte del sector ganadero y agroalimentario ha percibido estos discursos como una amenaza a su modo de vida y a la economía rural.

Sin embargo, la reciente **Estrategia Nacional de Alimentación (ENA)**<sup>1</sup>, publicada por el Ministerio de Alimentación, Pesca y Alimentación (MAPA), abre un espacio de convergencia: reconoce

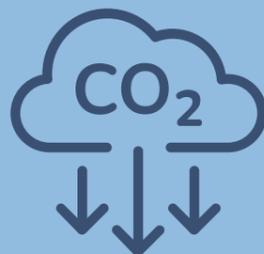
la necesidad de recuperar la dieta mediterránea, aumentar el protagonismo de frutas, verduras, legumbres y cereales integrales, y explorar alternativas proteicas de origen vegetal. La ENA plantea que esta transición no es una sustitución completa de la proteína animal, sino un reequilibrio progresivo que puede ser beneficioso para la salud pública, la sostenibilidad ambiental y la competitividad del sector agroalimentario.

Una transición proteica bien diseñada no debe entenderse como un ataque al sector ganadero o pesquero, sino como una oportunidad compartida para:

- **Mejorar la salud de las personas**, alineando la dieta de la población con las últimas guías alimentarias de organismos como la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN).
- **Avanzar en la sostenibilidad ambiental**, reduciendo la huella ecológica del sistema alimentario y reforzando la resiliencia frente al cambio climático.
- **Abrir nuevas oportunidades para el sector agrario**, diversificando producciones hacia cultivos proteicos, fortaleciendo la agricultura familiar y generando cadenas de valor vinculadas a la innovación y la transformación alimentaria.

La clave, por tanto, no está en plantear la transición como una confrontación entre proteína animal y vegetal, sino como un proceso de adaptación y diversificación que pueda beneficiar a todos los actores de la cadena alimentaria.

<sup>1</sup> Estrategia Nacional de Alimentación. 2024. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.



## 2.

# Contexto a nivel estatal

## La dieta mediterránea como referencia

La dieta mediterránea constituye el marco cultural y nutricional en el que se podría desarrollar la transición proteica en España. Este patrón alimentario se basa en el consumo abundante de frutas, verduras, legumbres, cereales y aceite de oliva, acompañado de un consumo moderado de pescado, lácteos y carnes. La **ENA** subraya que, aunque este modelo alimentario es una seña de identidad, en las últimas décadas se observa un progresivo alejamiento por parte de la población.

El aumento de productos ultraprocesados, la reducción del consumo de legumbres y el exceso de carne han transformado de manera significativa el patrón alimentario nacional. A ello se suma la influencia de cambios en los estilos de vida (mayor consumo fuera del hogar, comidas rápidas, pérdida de la cocina tradicional) y de factores socioeconómicos que condicionan la capacidad de acceso a productos frescos y de temporada.

Diversos estudios, entre los que se encuentra la encuesta realizada por More in Common para CECU [‘La sociedad española y las dietas plant-based’](#), constatan que la dieta mediterránea sigue siendo reconocida por la población como un modelo saludable, pero su práctica cotidiana es limitada. España presenta una paradoja: tiene una identidad cultural ligada a este patrón, pero los indicadores de consumo real se alejan de sus fundamentos. Este desajuste es precisamente uno de los elementos que la Estrategia Nacional de Alimentación busca corregir, vinculando la recuperación de la dieta mediterránea con objetivos de salud pública, sostenibilidad y competitividad del sistema agroalimentario.

## Comparación entre recomendaciones y consumo real

La AESAN recomienda un consumo de **4–7 raciones semanales de legumbres** (≈ 680 g/semana), **3 raciones semanales de pescado** (≈ 375–450 g), y un máximo de **3 raciones de carne a la semana** (≈ 300–375 g). En contraste, el **Informe de Consumo Alimentario en España 2024** muestra un panorama diferente:

**Frutas:** el consumo real ronda las 6 raciones semanales (unos 900 g), cuando la recomendación es de 14–21 raciones (2–3 piezas diarias, entre 3.150 y 4.200 g semanales).



**Verduras:** el consumo se sitúa en torno a 4 raciones semanales (unos 600 g), frente a las 21 raciones recomendadas (3 raciones diarias, entre 1.400 y 2.100 g semanales).



**Carne:** unas 6,6 raciones semanales, lo que equivale a más de 1.500 g por semana, cuadruplicando las recomendaciones máximas.



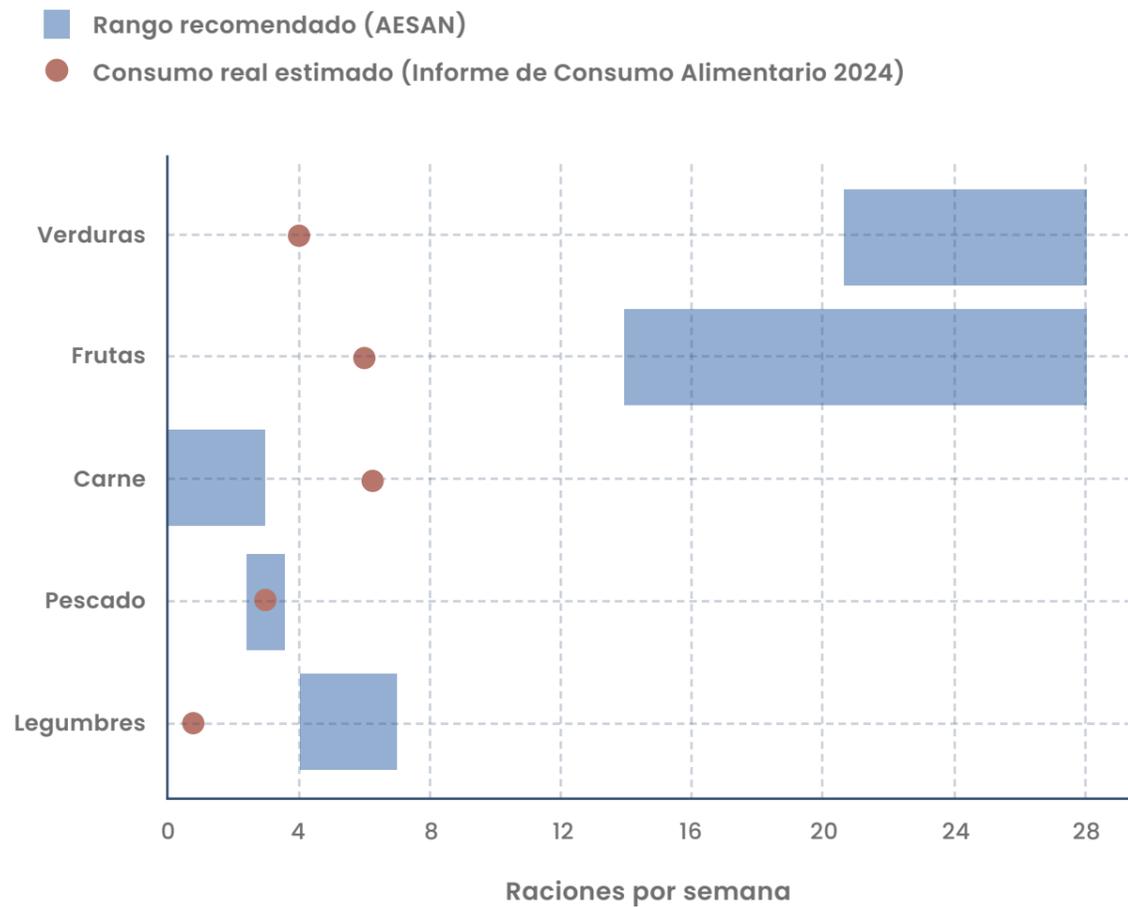
**Pescado:** unas 3 raciones semanales, en torno a 350 g, lo que se ajusta relativamente bien a las recomendaciones.



**Legumbres:** 1 ración semanal (~63 g), lo que supone apenas un 20% del objetivo recomendado.



### Comparación entre recomendaciones AESAN y consumo real (MAPA 2024) en raciones/semana



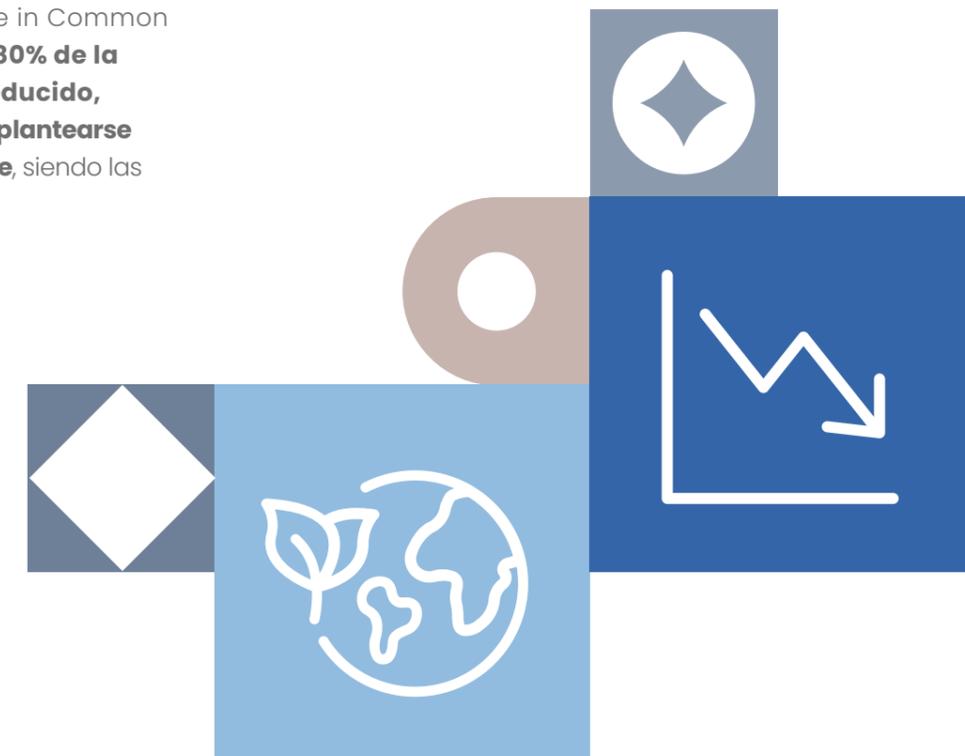
La barra azul representa el rango recomendado por la AESAN en raciones semanales para cada grupo de alimentos, mientras que el punto rojo muestra el consumo real estimado a partir del Informe de Consumo Alimentario 2024.

### Tendencias en el consumo plant-based

Más allá del consumo de proteínas con más arraigo cultural como las legumbres, los datos específicos de categorías como el tofu, seitán u otras alternativas plant-based no figuran en el Panel de Consumo Alimentario del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2024); sin embargo, según estimaciones de ProVeg Internacional<sup>2</sup>, en España su consumo está creciendo en los últimos años, aunque aún representa una proporción muy reducida respecto al volumen total de proteínas consumidas.

motivaciones principales la salud (42 %) y la protección del medio ambiente (32 %). Sin embargo, esta transición no se termina de dar por diversos motivos, entre los que se puede destacar motivos de desconocimiento sobre el papel de las legumbres en la dieta mediterránea o las influencias de los entornos alimentarios, especialmente el acceso a estos productos en los puntos de venta y la influencia de la publicidad y el marketing.

La encuesta realizada entre el 14 y el 20 de mayo de 2025 por More in Common para CECU<sup>3</sup> revela que el **80% de la población española ha reducido, pensado reducir o podría plantearse reducir el consumo de carne**, siendo las



<sup>2</sup> Informe Smart Protein, 2021. ProVeg International

<sup>3</sup> La sociedad española y las dietas plant-based, 2025. More in Common y CECU.

# 3.

## Diálogo para construir consensos

Para que la transición proteica se materialice en España de una forma efectiva y justa, no basta con conformarse con los posicionamientos favorables que señalan los beneficios de reducir el consumo de carne o de potenciar las proteínas de origen vegetal. Es necesario construir un **proceso de diálogo inclusivo** que involucre a todos los actores de la cadena alimentaria: productores agrarios, industria transformadora,

distribución, sector sanitario, personas consumidoras, organizaciones sociales y responsables políticos. Esto implica que no solo participen quienes ya son favorables a la transición proteica, sino también aquellos sectores que pueden sentirse más vulnerables o amenazados por los cambios. El objetivo no es señalar culpables, sino conocer la opinión de cada sector, reconocer las dificultades que afrontan y, al mismo tiempo, extraer las oportunidades que se abren para todos.

Solo así es posible alcanzar **iniciativas normativas y presupuestarias consensuadas**, con legitimidad social, sectorial y política, que permitan avanzar hacia un modelo alimentario justo, saludable y sostenible.

El **Plan de acción danés para los alimentos de origen vegetal**<sup>4</sup> ofrece un referente valioso: partió de un proceso participativo con productores, industria, consumidores y administración, y ha permitido establecer un marco de apoyo público a la investigación, la producción y el consumo de proteínas vegetales, con recursos presupuestarios estables y objetivos de país. Esta experiencia muestra que la cooperación entre sectores no solo reduce resistencias, sino que genera confianza y legitimidad política para implementar medidas de largo alcance.

En el caso de España, este diálogo puede apoyarse en la **dieta mediterránea**: un referente compartido por la población

y los sectores agroalimentarios que combina tradición, salud y sostenibilidad. Vincular la transición proteica a la recuperación de la dieta mediterránea permite presentar el cambio no como una ruptura cultural, sino como una **actualización de un modelo alimentario propio**, que da protagonismo a legumbres, frutas, verduras, cereales y aceite de oliva, al tiempo que mantiene un consumo moderado de pescado, lácteos y carnes blancas y abre la oportunidad a la incorporación de otros productos.

En conclusión, el **diálogo multisectorial** es la condición indispensable para que la transición proteica avance en España. A través de él se pueden construir puentes entre intereses distintos, evitar la polarización y sentar las bases de un plan de acción nacional que combine salud pública, sostenibilidad y competitividad económica, con la dieta mediterránea como marco cultural y nutricional compartido.



<sup>4</sup> Danish Action Plan for Plant-based Foods, 2023. Ministry of Food, Agriculture and Fisheries of Denmark.

## 4. La transición proteica vista por diferentes sectores

En este proceso se ha aplicado una metodología basada en el **diagnóstico multisectorial participativo**. Se han utilizado dos herramientas metodológicas: por un lado, una **encuesta sociológica a 2.000 personas** de todo el territorio español realizada por More in common para CECU, que permitió conocer la visión de la ciudadanía; y por otro, un **proceso de diálogo estructurado con 23 reuniones**, en las que participaron un total de 38 personas expertas y representantes de organizaciones sectoriales clave a lo largo de toda la cadena agroalimentaria.

### Listado de organizaciones entrevistadas

<p><b>Sector agrario</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">COAG – Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos</a></li> <li>• <a href="#">UPA – Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos</a></li> <li>• <a href="#">Unión de Uniones</a></li> <li>• <a href="#">Cooperativas agroalimentarias</a></li> <li>• <a href="#">SEAE – Sociedad Española de Agricultura Ecológica y Agroecología</a></li> </ul>
<p><b>Salud y nutrición</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">SESPAS – Sociedad Española de Salud Pública y Administración Sanitaria</a></li> <li>• <a href="#">Academia Española de Nutrición y Dietética</a></li> <li>• <a href="#">CGCODN – Consejo General de Colegios Oficiales de Dietistas-Nutricionistas</a></li> <li>• <a href="#">Aitor Sánchez</a> (nutricionista y divulgador)</li> </ul>

<p><b>Industria y distribución</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Vegetales – Asociación Española de Productores de Alimentos y Bebidas Vegetales</a></li> <li>• <a href="#">ASEDAS – Asociación de Empresas de Supermercados</a></li> <li>• <a href="#">ANGED – Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución</a></li> <li>• <a href="#">AECOC – Asociación de Fabricantes y Distribuidores</a></li> <li>• <a href="#">FIAB – Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas</a></li> <li>• <a href="#">Danone</a></li> </ul>
<p><b>Organizaciones sociales, ambientales y de investigación</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Alimentta</a></li> <li>• <a href="#">Mighty Earth</a></li> <li>• <a href="#">WWF España</a></li> <li>• <a href="#">Amigas de la Tierra</a></li> <li>• <a href="#">Alianza Por Otra PAC</a></li> </ul>
<p><b>Instituciones públicas</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación</a> (Unidad de Apoyo de la Dirección General de Alimentación)</li> <li>• <a href="#">Ministerio de Sanidad</a></li> <li>• <a href="#">AESAN – Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición</a></li> </ul>

El presente apartado pretende recoger los resultados de este proceso de consulta amplio y plural, buscando tres objetivos esenciales:

- **Identificar barreras y oportunidades concretas**, desde la producción hasta el consumo.
- **Articular a sectores diferentes** dentro del sistema agroalimentario a partir de consensos mínimos y compartidos.
- **Trazar los primeros pasos hacia una hoja de ruta** para la transición proteica en España, vinculada con la recuperación de la dieta mediterránea y alineada con la Estrategia Nacional de Alimentación.

## Personas consumidoras

La encuesta realizada por More in Common para CECU en 2025 ofrece una visión amplia sobre cómo percibe la ciudadanía española la transición hacia una mayor presencia de proteínas vegetales en la dieta.

### Percepciones

La mayoría de la población reconoce la necesidad de introducir cambios en la dieta. Un **80 % declara haber reducido, plantearse reducir o estar dispuesto a reducir su consumo de carne**, motivados principalmente por razones de **salud (42 %)** y **sostenibilidad ambiental (32 %)**. Asimismo, **el 83 % de las personas encuestadas afirma seguir la dieta mediterránea**, lo que muestra el fuerte arraigo cultural de este patrón alimentario. Sin embargo, un **45 % mantiene la percepción errónea** de que sin carne de cerdo no se cumple dicho modelo, lo que refleja una barrera de tipo cultural y de desinformación.

### Barreras

Las principales dificultades para aumentar el consumo de proteínas de origen vegetal se encuentran en la **falta de información clara**, la persistencia de percepciones culturales ligadas a que las opciones de origen vegetal no aportan una fuente completa de proteínas y que la carne siga considerándose un alimento central de la dieta. También existe la opinión de que ciertos productos vegetales transformados son más **caros o menos accesibles**. A ello se suma una cierta **desconfianza hacia alternativas altamente procesadas**, que contrasta con la buena imagen de los alimentos vegetales tradicionales.

### Oportunidades

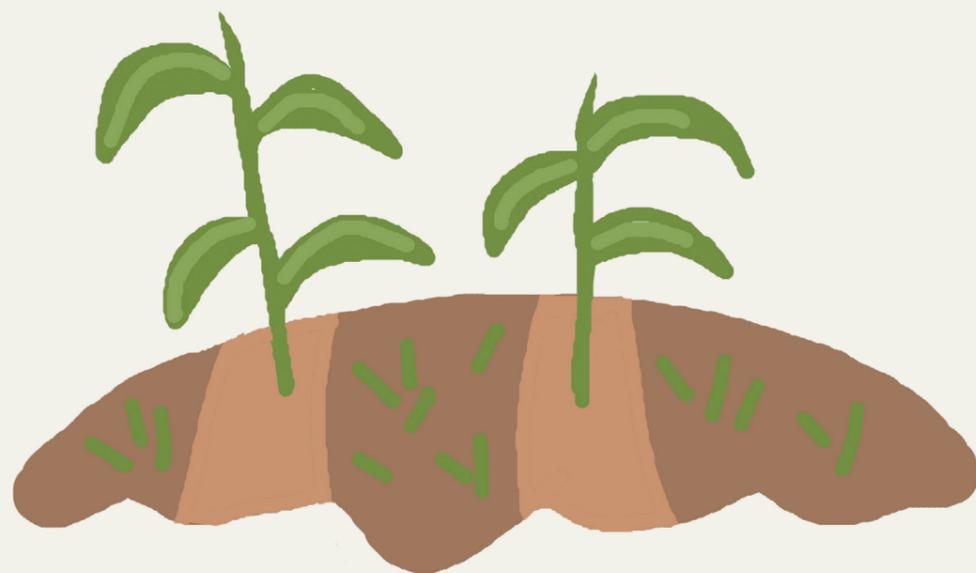
Existe un amplio consenso en torno a las **legumbres** como la mejor alternativa a la carne. Esto abre una oportunidad clara para reforzar su papel en la dieta mediterránea y en las políticas públicas, tanto desde la perspectiva nutricional como de apoyo a la producción agraria nacional. Además, el interés expresado por un sector mayoritario de la población en reducir la carne supone una base social favorable para que las políticas de transición proteica tengan aceptación y legitimidad.



## Sector agrario

### Percepciones

El sector agrario entiende las dietas plant-based como aquellas que buscan basarse total o casi totalmente en alimentos vegetales, eliminando o reduciendo al máximo los de origen animal, especialmente la carne. En este sentido, tienden a asociar los alimentos plant-based principalmente con **sustitutos de carne, lácteos u otros productos animales**, más que con frutas, verduras o legumbres. Mientras que el **aumento del consumo de frutas, verduras y legumbres** es visto positivamente —sobre todo por los profesionales más agrícolas—, la **reducción de alimentos de origen animal** genera rechazo generalizado, pues consideran que no debe plantearse como un objetivo político o social, sino como una **elección individual**. En su visión, la dieta mediterránea ya ofrece



un modelo equilibrado en el que conviven alimentos de origen vegetal con un aporte adecuado de productos animales, y no debe reinterpretarse en clave de exclusión de ningún alimento.

### Barreras

El sector agrario expresa una fuerte resistencia hacia los discursos vegetarianos y veganos, que son percibidos como **polarizantes y contrarios a la ganadería**, bloqueando así la posibilidad de diálogo. De igual forma, muestran rechazo hacia los **productos análogos a los de origen animal** (por ejemplo, hamburguesas vegetales o lácteos alternativos), que consideran un ataque a su trabajo y una fuente de **confusión para los consumidores**. Además, advierten que reducir la producción animal podría tener efectos negativos sobre la economía rural y sobre la viabilidad de muchas explotaciones familiares.

### Oportunidades

A pesar de las reservas, el sector reconoce que existen oportunidades potenciales si se **promueve y apoya el cultivo y la comercialización de frutas, verduras y legumbres**, tanto en formato tradicional como en productos precocinados o preparados. También se señala que **impulsar la ganadería extensiva y sostenible** puede facilitar una transición desde modelos intensivos, haciéndola más aceptable socialmente. Otro espacio de oportunidad se encuentra en el desarrollo de **nuevos modelos de transformación de productos vegetales cultivados en España**, lo que permitiría diversificar ingresos para productores que quieran dar el paso hacia nuevos modelos. Finalmente, se reconoce que, si la **industria y la distribución apuestan decididamente por opciones vegetales**, será más sencillo arrastrar tanto a productores como a consumidores en esta transición.

## Profesionales de la salud y la nutrición

### Percepciones

El sector de la salud entiende las dietas plant-based como aquellas **basadas principalmente en vegetales**, pero que pueden incluir un consumo moderado de alimentos de origen animal. En cuanto a los alimentos plant-based, englobarían tanto los **vegetales en su forma natural** (legumbres, frutas, verduras, cereales) como los **productos transformados de proteína vegetal**. Existe un consenso en que el **aumento del consumo de frutas, verduras y legumbres** es necesario para alinear la dieta con las guías alimentarias y con criterios de salud y sostenibilidad. Del mismo modo, se considera que la **reducción del consumo de alimentos de origen animal** es también imprescindible para alcanzar dichos objetivos. La transición proteica se entiende, por tanto, como un proceso **necesario y positivo**, siempre que se evite depender de opciones ultraprocesadas. Además, muchos expertos consideran que esta transición puede integrarse dentro de la **dieta mediterránea tradicional**, especialmente si se recupera el papel de las legumbres y de la cocina tradicional basada en platos vegetales.

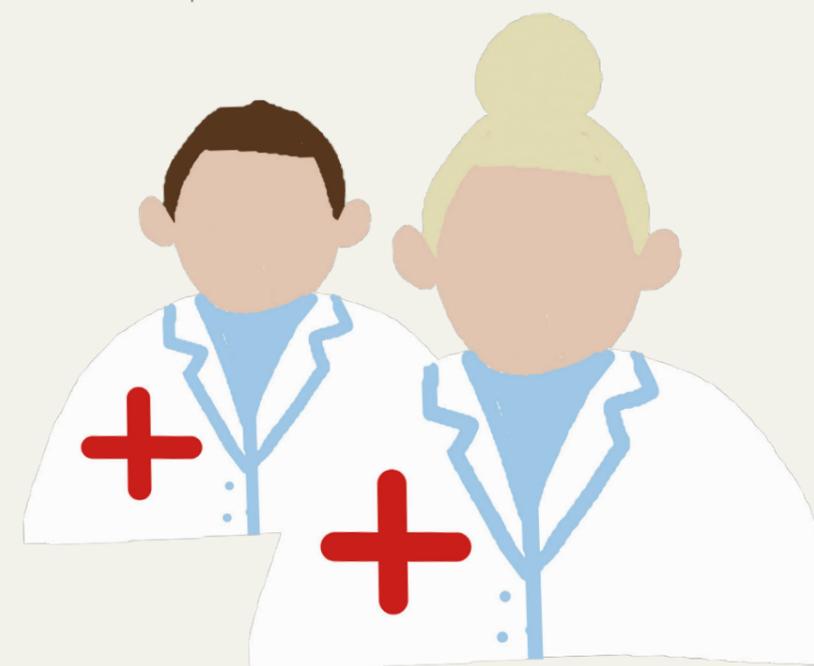
### Barreras

El sector sanitario identifica como barrera el hecho de que todavía existe una **percepción social favorable hacia el consumo de carne**, incluso en cantidades superiores a las recomendadas, lo que dificulta que la población adopte de manera masiva dietas con mayor protagonismo vegetal. También reconocen que existe una **incomprensión cultural** de la dieta mediterránea, frecuentemente

interpretada como una dieta en la que la carne ocupa un lugar central, cuando en realidad se sustenta en vegetales y legumbres. A ello se suma la **resistencia del sector ganadero y agrario**, que percibe la transición proteica como una amenaza para su modo de vida y cultura profesional.

### Oportunidades

Desde el punto de vista de la salud, hay una **unanimidad en que las proteínas de origen vegetal son seguras y saludables**, lo que ofrece una base sólida para promover su adopción. El sector ve la transición proteica como una oportunidad para **recuperar patrones propios de la dieta mediterránea**, revalorizando platos tradicionales con legumbres y vegetales. Además, se considera que puede abrir un espacio de **colaboración con otros sectores**, ya que el discurso basado en la salud pública tiene gran capacidad de legitimación social y puede ser un puente hacia consensos más amplios.



# Industria y distribución

## Percepciones

Las organizaciones del sector de la industria y la distribución tienden a entender las dietas plant-based como aquellas que incorporan **productos de proteína vegetal transformados**, diseñados para sustituir a los de origen animal, aunque también reconocen que frutas, verduras y legumbres son parte esencial de la dieta mediterránea. La visión predominante es que su función no es prescribir la dieta de la ciudadanía, sino **ofrecer una gama diversa de opciones** para que cada consumidor elija en libertad. Existe consenso en que los productos vegetales tienen un mercado en expansión, pero también en que el debate público ha estado marcado por una **polarización ideológica** (particularmente en torno al veganismo y a la denominación de productos como “carne” o “leche” vegetal), que genera confusión y cierta resistencia en parte de la sociedad.



## Barreras

El sector identifica varias dificultades para impulsar la transición proteica. En primer lugar, **barreras culturales**, dado el fuerte arraigo del consumo de carne, pescado y lácteos en la cultura alimentaria española. En segundo lugar, **barreras de mercado**, ya que las legumbres y otros productos vegetales, aunque saludables, no siempre cuentan con un atractivo suficiente para el consumidor en comparación con productos más procesados o asociados al ocio y la conveniencia. También existen **barreras de comunicación**, vinculadas a la definición y al marco ideológico del debate, que pueden rebajar la confianza del consumidor. Finalmente, se señalan **barreras de viabilidad empresarial**, especialmente para las pymes, que encuentran más difícil adaptarse a la diversificación, mientras que en la distribución existe preocupación sobre la regulación de las denominaciones, el etiquetado y la publicidad de los productos plant-based.

## Oportunidades

Al mismo tiempo, el sector percibe oportunidades claras. Por un lado, la posibilidad de **ampliar la oferta al consumidor** en un mercado que crece de manera constante, incorporando tanto productos tradicionales como innovaciones vegetales. Por otro, la opción de **vincular la transición proteica a la dieta mediterránea**, reforzando el consumo de legumbres, cereales integrales y platos tradicionales de base vegetal. También se identifica como clave la **puesta en marcha de campañas de sensibilización y educación alimentaria**, avaladas por la evidencia científica y con apoyo institucional, que fortalezcan la confianza del consumidor. Asimismo, la transición abre oportunidades de **colaboración con el sector primario**, favoreciendo cadenas de valor más cortas y una mayor producción nacional de proteínas vegetales. Finalmente, se destaca la **innovación y diversificación empresarial**, con nuevas líneas de negocio que complementen la producción animal, reforzando así la competitividad del sector agroalimentario español.

## Organizaciones sociales

### Percepciones

Las organizaciones sociales y ambientales coinciden en que la transición proteica es **necesaria y urgente**, tanto desde la perspectiva de la **sostenibilidad ecológica** como de la **salud pública**. Conciben las dietas plant-based como aquellas que priorizan el consumo de frutas, verduras y, especialmente, **legumbres**, que identifican como la piedra angular de una transición agroecológica. Aunque reconocen que la carne ocupa un papel central en la dieta, insisten en que la recuperación de la **dieta mediterránea auténtica** pasa por reforzar el papel de los alimentos vegetales y reducir la presencia de proteína animal, particularmente la de origen industrial. Estas organizaciones suelen distinguir entre modelos de ganadería: critican de manera contundente la **ganadería intensiva e industrial**, pero defienden el valor de la **ganadería extensiva ligada al territorio**, a la que consideran un aliado en esta transición.

### Barreras

Entre las principales barreras señaladas destacan los **hábitos culturales profundamente arraigados** en torno a la carne y su asociación con prestigio o estatus social. A ello se suma la **pérdida de conocimientos y prácticas culinarias** ligadas a la preparación de legumbres, lo que dificulta su consumo en la vida cotidiana, especialmente entre la población joven. También se apunta a la **escasa producción nacional de legumbres**, que obliga a recurrir a importaciones, así como a la **falta de políticas públicas decididas** para reequilibrar la dieta hacia alimentos de origen vegetal. Otra barrera clave es la **polarización del debate público**: los discursos percibidos como extremos desde el veganismo generan tensiones con el sector ganadero, dificultando el diálogo y los consensos.



### Oportunidades

Las organizaciones sociales y ambientales identifican diferentes oportunidades. En primer lugar, la posibilidad de **fomentar las legumbres locales** como un alimento saludable, asequible y culturalmente vinculado a la dieta mediterránea.

También destacan que la transición proteica puede ser una vía para **impulsar sistemas agrarios de alto valor natural**, por ejemplo, agricultura ecológica, cultivos de secano, frutos secos y ganadería extensiva sostenible. Subrayan además la oportunidad de **fortalecer la soberanía alimentaria**, reduciendo la dependencia de importaciones y apoyando la producción local. Asimismo, consideran que este cambio puede favorecer un **consumo más justo y accesible**, si se corrigen las distorsiones que actualmente abaratan la carne de producción industrial frente a las proteínas vegetales. Por último, estas organizaciones defienden que se pueden utilizar mensajes en positivo que conecten la transición proteica con valores compartidos como la salud, la tradición mediterránea, el apoyo agrario y el cuidado del territorio.

## Instituciones públicas

### Percepciones

Las instituciones públicas coinciden en que la **recuperación de la dieta mediterránea** debe ser el eje central de cualquier estrategia alimentaria en España. La transición proteica no debe plantearse como un proceso de exclusión de alimentos, sino como una **adaptación equilibrada**, en la que se incremente el protagonismo de frutas, verduras y legumbres sin dejar de reconocer el papel que desempeñan los productos animales en la cultura y en la economía del país. También indican que la **Estrategia Nacional de Alimentación (ENA)** ofrece un marco sólido para orientar las políticas en materia de nutrición, sostenibilidad y desarrollo rural, permitiendo vincular la transición proteica con objetivos de salud pública y competitividad del sistema agroalimentario.

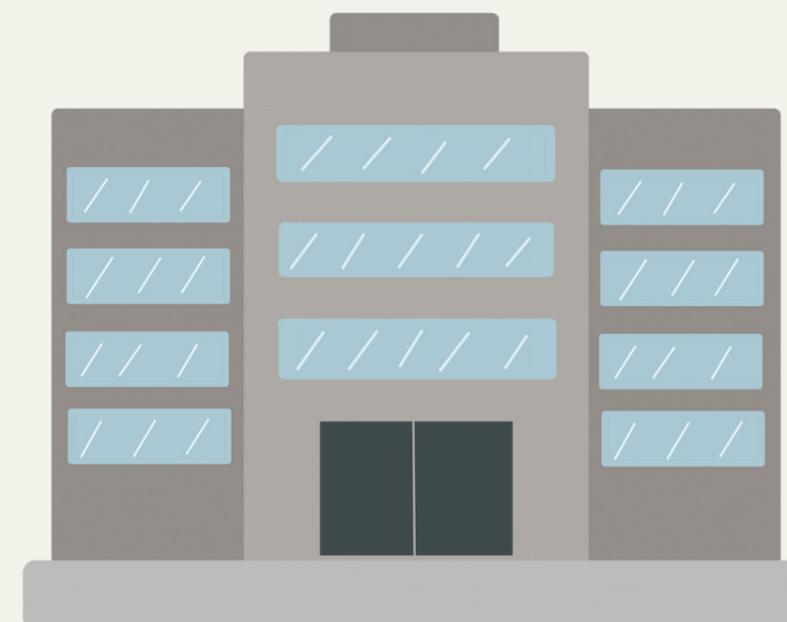
### Barreras

Entre las principales dificultades, las instituciones señalan los **hábitos culturales y culinarios profundamente arraigados**, que asocian la carne con bienestar y tradición, así como la persistencia de **mitos nutricionales** sobre la necesidad de consumir proteína animal en grandes cantidades. También identifican limitaciones prácticas, como la **falta de tiempo y habilidades culinarias** que dificultan el consumo regular de legumbres y vegetales frescos. A nivel político, reconocen que la necesidad de **mantener equilibrios con el sector primario** introduce cautela en la formulación de mensajes y medidas relacionadas con la transición proteica.

### Oportunidades

Las instituciones públicas ven en esta transición un campo de acción con gran potencial. Destacan la oportunidad de **reforzar la dieta mediterránea** como seña de identidad cultural y modelo saludable. Consideran prioritario impulsar el consumo de **legumbres y hortalizas** mediante campañas de sensibilización, educación alimentaria y medidas de acceso en comedores escolares y colectivos.

Asimismo, reconocen la posibilidad de que la transición proteica contribuya a **fortalecer la sostenibilidad del sistema agroalimentario**, promover la producción nacional y favorecer el desarrollo rural. Finalmente, subrayan que una comunicación clara, basada en evidencia científica y alejada de la polarización, puede ser un instrumento clave para construir consensos y avanzar en este proceso.



## 5.

# Aspectos clave de la transición proteica

El análisis de las percepciones recogidas en los diferentes sectores consultados permite identificar un conjunto de aspectos clave para avanzar en la transición proteica en España. Como se puede observar, cada sector implicado en la cadena agroalimentaria aporta una visión propia sobre las barreras y oportunidades de la transición proteica. A continuación, se presentan los aspectos más relevantes que, desde la perspectiva de cada grupo de actores, resultan esenciales para avanzar en este proceso.

## Personas consumidoras

- Asegurar la accesibilidad y asequibilidad de las proteínas de origen vegetal, especialmente legumbres.
- Promover mensajes positivos que vinculen la transición proteica con la salud y la tradición mediterránea.
- Regular la información y educación alimentaria para corregir percepciones erróneas.

## Sector agrario

- Apoyo a la diversificación productiva hacia legumbres, hortalizas y frutos secos.
- Reforzar la ganadería extensiva y sostenible como modelo de transición.
- Colaboración con la industria y distribución para garantizar viabilidad económica de la transición en las producciones agrícolas.

## Salud y nutrición

- Recuperar la dieta mediterránea auténtica, con protagonismo de legumbres y platos tradicionales.
- Desarrollar mensajes de salud pública claros y consensuados.
- Reforzar la evidencia de que una alimentación basada principalmente en proteínas de origen vegetal puede ser segura y saludable.

## Organizaciones sociales

- Revalorizar las legumbres locales y de producción sostenible, fortaleciendo la soberanía alimentaria.
- Promover la ganadería extensiva y la agroecología como aliadas.
- Narrativas y políticas que sirvan de puente para despolarizar el debate, vinculando salud, sostenibilidad y justicia social.

## Industria y distribución

- Ampliar la oferta de productos vegetales, tanto tradicionales como transformados.
- Campañas de sensibilización promovidas por las administraciones y basadas en criterios científicos rigurosos para aumentar confianza.
- Impulsar la innovación y colaboración con productores nacionales.

## Instituciones públicas

- Situar la dieta mediterránea como eje vertebrador de la transición.
- Impulsar políticas públicas de promoción de legumbres y hortalizas, sin desplazar alimentos de origen animal.
- Diseñar una comunicación clara y basada en evidencia científica para apoyar consensos.

## 6. Puntos comunes ante la transición proteica

Más allá de las diferencias sectoriales, es posible identificar cuáles son los aspectos que cuentan con un mayor respaldo conjunto y cuáles generan más tensión.

A continuación, se presentan los aspectos clave de la transición proteica ordenados de mayor a menor nivel de consenso global.



### ↑ Alto consenso

1. Reforzar la dieta mediterránea como marco cultural y nutricional común.
2. Impulsar el consumo de legumbres como eje de salud y sostenibilidad.
3. Apoyar la evidencia científica rigurosa para elaborar campañas de sensibilización y educación alimentaria.
4. Apoyar la producción vegetal ecológica y modelos ganaderos más sostenibles

### → Consenso medio

5. Promover frutas y hortalizas con medidas de accesibilidad.
6. Colaboración entre industria, distribución y sector primario.

### ↓ Bajo consenso / más tensionado

7. Apoyo a la innovación en productos vegetales transformados (tofu, seitán, bebidas vegetales, alternativas a la carne, quesos vegetales).
8. Reconocimiento de análogos vegetales a la carne o lácteos.
9. Eliminar o reducir el consumo de carne.

# 7.

## Un camino en construcción

Este informe muestra que la transición proteica en España no puede entenderse como una imposición, sino como un proceso en construcción que se inicia con la escucha a todos los sectores implicados. El diagnóstico elaborado a partir de entrevistas y consultas ha permitido recoger percepciones diversas, identificar barreras y oportunidades y, sobre todo, comenzar a explorar los puntos de encuentro que pueden orientar la acción futura.

Los resultados muestran que existen beneficios compartidos siempre que la transición se plantee desde la inclusión de todos los actores y se vincule a la defensa y recuperación de la dieta mediterránea como marco común. Este enfoque permite que el proceso no se perciba como una confrontación entre proteína animal y vegetal, sino como un camino hacia un modelo alimentario más equilibrado, saludable, sostenible y competitivo.

El diálogo y el trabajo compartido han demostrado ser herramientas eficaces para generar consenso. Entre los

acuerdos más relevantes para comenzar a trabajar destacan: la recuperación de la dieta mediterránea en su versión más tradicional; una transición justa para agricultoras/es y ganaderas/os; el impulso del consumo de legumbres, frutas y hortalizas; introducir incentivos a la agricultura ecológica y a la diversificación productiva; reforzar la ganadería extensiva y diferenciarla de la intensiva; y la necesidad de apoyarnos en la evidencia científica rigurosa para elaborar campañas de sensibilización alejadas de la polarización.

Para avanzar será clave activar políticas públicas ambiciosas, así como la implicación de los agentes intermedios de la cadena alimentaria —industria y distribución—, que desempeñan un papel decisivo en acercar las opciones vegetales y sostenibles tanto a productores como a consumidores. Para ello, el siguiente paso debe ser la elaboración de propuestas y planes de acción aceptados por todos los sectores, que permitan aterrizar estos consensos en políticas concretas.



FEDERACIÓN DE  
CONSUMIDORES  
Y USUARIOS

**CECU**



C/ Gran Vía, 69, 1ª planta, oficina 103 (Madrid)

[cecu.es](http://cecu.es)