Inteligencia competitiva en el ámbito alimentario

ROGELIO POZO
Director general de AZTI

El crecimiento de población y de la renta per cápita en el mundo está provocando una revolución en la alimentación a nivel global, convirtiéndose en un recurso estratégico. De acuerdo con las proyecciones demográficas habrá que producir más alimentos en los próximos 50 años que lo que se ha producido en los últimos 500 años. Para alimentar a los casi 10.000 millones de personas que se estima vivirán en el planeta en el 2050 se necesitará un incremento de la producción anual de alimentos del 70 % respecto a la actual.

El incremento de la renta per cápita a nivel mundial y los movimientos demográficos hacia un mundo más urbano están implicando cambios importantes en los patrones de consumo. Así, por ejemplo, el consumo de carne en China ha pasado de 12 kg en 1980 a 63 kg en 2017 y continúa creciendo. Las estimaciones de consumo de carne que realiza la FAO para el 2050 se sitúan en 455M de toneladas, un 80 % superior al actual. La misma FAO estima que se requieren 1.500 litros de agua para generar un kilo de granos y diez veces esa cantidad para producir un kilo de carne de vacuno. Otro problema adicional y no menos impórtate es la disponibilidad de tierras fértiles. Para alimentar a la población creciente se precisarán 1.250 millones de hectáreas de tierras fértiles, 3 veces más de las actualmente disponibles. Tierras que no existen y que implicará la destrucción de habitas naturales. Igualmente, el consumo per cápita mundial de pescado aumentará y la demanda será difícil de satisfacer dado que la mayoría de los recursos naturales marinos están en su rendimiento máximo sostenible.

El cambio climático supondrá alteraciones dramáticas en los ecosistemas terrestres y marinos. Nuevos patrones migratorios, cambios en la producción primaria, aparición y sustitución por nuevas especies, en definitiva, se generará una gran presión sobre los recursos naturales, especialmente, sobre aquellos como el pescado que son capturados en estado salvaje. En el futuro la escasez del agua y las implicaciones adicionales del cambio climático obligarán a un uso más eficiente de este recurso escaso. Se requerirá una agricultura climáticamente inteligente, que incremente de manera sostenible la productividad mediante la adopción de prácticas de adaptación, además de una mejor gestión de los riesgos climáticos en la producción de alimentos y la identificación y reducción de vulnerabilidades a eventos extremos, ya que no se dispondrá de agua suficiente ni de tierras para la producción de alimentos a nivel mundial.

Ante este escenario es importante destacar que el precio de las materias primas se encarecerá y el acceso a las mismas será estratégico, la alimentación será un recurso estratégico como la energía.

Esto provocará una política creciente de compra de tierras fértiles, derechos de pesca y acceso a los recursos naturales por parte de países y compañías privadas para garantizar el suministro de alimentos. Hoy empresas privadas y Estados como China, Corea del Sur, Japón, Arabia Saudí y los Emiratos Árabes están interviniendo en millones de hectáreas de tierras agrícolas de países en desarrollo para asegurar su aprovisionamiento alimentario a largo plazo. Se estima que se han comprado más de 20 M de hectáreas, lo cual supone una extensión 30 veces mayor que Euskadi.

Esta tendencia incrementará y es uno de los aspectos menos conocidos en la conflictiva geopolítica actual, la carrera hacia la adquisición y el control de tierras fértiles en el planeta – una buena parte en el continente africano y amplias extensiones en América Latina, Ucrania, Filipinas, Indonesia, …– por parte de potencias consolidadas o emergentes, mostrando lo que va a ser una clave decisiva en las relaciones internacionales del siglo XXI. Esto ha llevado por ejemplo al Congreso de Argentina – uno de los líderes mundiales en producción de alimentos – aprobar una ley para poner cuota a la venta de territorios a extranjeros, que ya alcanza el 10 por ciento, con el objetivo de que nunca supere el 15 por ciento, y poniendo límites a la extensión de propiedades a foráneos en suelo argentino. Estos movimientos geoestratégicos están también implicando la compra de grades empresas alimentarias americanas y europeas por capital procedente de estos países emergentes. El sector alimentario está siendo y lo será en los próximos años uno de los más activos en el movimiento de capitales con el fin de garantizar suministro de alimentos. Euskadi no es ajeno a estos movimientos y empresas vascas, especialmente, las punteras en tecnología, las que dispongan de productos de calidad y las que dominen el acceso a materias primas escasas, como el atún o el vino, serán objetivo para fondos de inversión y para empresas y capitales de los países asiáticos.

El acceso y control a la producción de alimentos está provocando fuertes concentraciones de multinacionales. Hace un año la compañía helvética Syngenta, rival de Monsanto, fue adquirida por 43.000 millones de dólares por la multinacional china ChemChina, y el pasado mes de marzo la UE ha dado el visto bueno a la compra por 66.000 millones de dólares de Monsanto, fabricante estadounidense de transgénicos, por Bayer. Con esta operación nace el mayor fabricante de semillas y pesticidas del mundo y se estima que tendrá el control de cerca del 30 % de la producción de semillas, que junto a otras cuatro corporaciones alimentarias controlarán el 80 % de todas las semillas del mundo.

Los crecimientos en la población están suponiendo también importantes cambios sociodemográficos. El mundo del futuro será sobre todo urbano, 350 ciudades tendrán más de 3,5 millones de habitantes y el 80 % de la población vivirá en ciudades. Los estilos de vida urbanos se homogenizan y las personas nos volvemos más sedentarios, dedicamos menos tiempo a cocinar y a comprar alimentos, buscamos sobre todo conveniencia y salud. En un mundo urbano habrá más hogares y conectados digitalmente, más envejecidos y pequeños, más personas mayores que viven solos - más población con enfermedades crónicas y también mayor porcentaje de mayores sanos-, las parejas formarán una familia a una edad más tarde y tienen menos hijos, incluso más parejas deciden no tener hijos, lo cual provocará un incremento de unidades monoparentales. Ello implicará formatos más pequeños, formas de compra y distribución diferentes donde la omnicanalidad ira adquiriendo más y más protagonismo. La obesidad se incrementará y un 30 % de la población mundial tendrá este

grave problema de salud, desencadenante de múltiples enfermedades como la diabetes, arterioesclerosis, etc. todas ellas con una importante implicación en el gasto sanitario. La esperanza de vida continuará aumentando, el número de personas de más de 65 años continua creciendo (hoy más de 560 millones en el 2030 más de 1.000 millones), sin embargo, el aumento constante de la esperanza de vida se ve "limitado" principalmente debido a la obesidad y otras enfermedades relacionadas con la dieta. En los países industrializados el 75 % de las muertes en personas de más de 65 años son consecuencia del cáncer y enfermedades cardiovasculares, ambas fuertemente relacionadas con la alimentación y el estilo de vida. La colaboración entre Salud y Alimentación se incrementará y será en el futuro un binomio indisoluble.

Un mundo urbano incluye también a más mujeres trabajando, más personas mayores que retrasan la jubilación y, más personas que trabajan desde casa o con horarios flexibles demandando más comidas preparadas (en el hogar y para consumir en el trabajo), y una comida para cada momento del día, por lo que los vectores con mayor importancia en la compra, además de la salud, serán la limpieza, rapidez y fácil preparar. Estos cambios demográficos tienen gran importancia en la manera que producimos, distribuimos, comercializamos, preparamos y consumimos los alimentos. Hoy en día es un sistema poco eficiente y un tercio de la producción alimentaria mundial se desperdicia. Si el desperdicio alimentario fuera un país, sería después de China y EEUU el tercer país responsable en emisiones de gases con efecto invernadero. Las 20 mayores compañías lácteas y cárnicas del mundo producen tantos gasees de efecto invernadero como todo Alemania. La producción y distribución de alimentos genera el 25 % de las emisiones de CO2 y utiliza el 70 % del agua potable del mundo, con un gran impacto ecológico. La ONU ha impulsado 12 medidas para conseguir cambiar un sistema insostenible a medio plazo y responsable del 60 % de la perdida global de biodiversidad. A modo de ejemplo, se estima que hay 5 billones piezas de plástico en los océanos y en el 2050 podría haber más plástico que peces en los océanos.

Otra variable que continuará creciendo es el porcentaje de personas cada vez más concienciadas por los sistemas de producción más sostenibles y éticamente respetuosos con el bienestar animal. Hoy la cuota de mercado de los productos veganos ha alcanzado el 7,8% de la población residente en España mayor de 18 años. Las dietas veggies es una opción nutricional de nuevas clases medias: empresarios y directivos, profesores universitarios, funcionarios con titulación universitaria, mandos intermedios de las empresas, personas con titulaciones universitarias, etc. y una de sus principales motivaciones, además de la salud, es el rechazo al maltrato animal. En Dinamarca, una campaña promovida por el ministerio danés y la industria cárnica, el 25 % de la carne se etiqueta con corazones para garantizar el consumidor sistemas de producción sostenibles y respetuosos con los animales.

La gran distribución está altamente concentrada, a modo de ejemplo, en España tres grandes operadores tienen más del 50% de cuota de mercado y cinco concentran más del 70% del total del volumen de actividad, el poder de negociación y capacidad de toma de decisiones que tienen en las compras es imbatible. En esta realidad tenemos que partir también del contexto de que los consumidores han disminuido en torno a un millón en tres años en España, perdiendo demografía y capacidad de consumo en detrimento de las ventas. El volumen de consumidores se estanca, el número de ingestas dentro del hogar no crece y la marca de la distribución es la principal vía para llegar al mercado del retail. En consecuencia, la penetración es la única palanca para crecer ofreciendo más momentos de consumo y de mayor valor añadido al cliente. Sin embargo, la gran distribución continua en una guerra de ganar cuota de mercado y lucha por el precio. Esto está provocando poner el foco en la eficiencia y que la innovación en productos esté pasando a un segundo lugar, un error a medio y largo plazo. La apuesta por la eficiencia está llevando a las empresas que no dominan las materias primas a la búsqueda de productos sustitutivos y poner en riesgo la calidad de los productos, tendencia que podría incrementarse en el futuro, por lo que los controles desde las administraciones deberán aumentar para garantizar la seguridad y defensa de los derechos de los ciudadanos. Teniendo en cuenta que la materia prima puede suponer entre el 60 y el 80 % del precio de venta de un alimento, si no se domina la cadena de suministro de la materia prima, las únicas palancas para competir que tienen las pymes son la eficiencia en los procesos y la diferenciación en valor añadido en los productos. En un escenario de escasez y aumento continuado de los precios de las materias primas, competir en valor añadido va a ser la clave para el tejido empresarial alimentario de Euskadi.

En este entorno y proyecciones futuras del sector, la innovación y la tecnología tienen grandes retos y se convierten en una de las principales palancas para competir. La cadena de valor de alimentos será una de las áreas más innovadoras en los próximos años. Se desarrollarán nuevos métodos de producción de alimentos provocados por la revolución que está experimentando la biotecnología que permitirá producir proteína cárnica y pesquera en el laboratorio, nuevas tecnologías génicas para mejorar la producción de leche, carne o pescado y nuevas variedades vegetales más productivas y resistentes a plagas o con nutrientes con propiedades funcionales específicas. Nuevas técnicas de cultivo que permiten la introducción de nuevos caracteres o modificar los ya existentes de manera eficiente, la agricultura vertical sin tierra, acuicultura en circuito cerrado y otras nuevas formas de producción de alimentos más eficientes que requieran de poco agua y tierra. La integración de las TICs en los procesos de producción, logística y comercialización están suponiendo ya importantes avances en la eficiencia de los procesos permitiendo menor uso de fertilizantes, agua, agroquímicos, antibióticos, generación de menos mermas y subproductos, logísticas más eficientes, procesos más trazables y seguros, alimentos más vinculados con el consumidor y otras muchas prestaciones inimaginables hace pocos años. Sin embargo, hoy sólo vemos la punta del iceberg de lo que serán los nuevos sistemas de producción avanzada en la cadena de valor de la alimentación. Invertir en estos desarrollos será un factor diferenciador de los países para poder contar con un sistema avanzado y eficiente, que van a contribuir también hacer el sector más atractivo favoreciendo el relevo generacional y la atracción de talento.

Además de los movimientos geoestratégicos que se están produciendo para garantizar el suministro de alimentos en el futuro, el sector de la alimentación es un sector con un importante peso en la economía del mundo, de Europa y de Euskadi. Con una facturación de 1.244 billones de euros es el mayor sector manufacturero de la UE y proporciona 44 millones de empleos. Se caracteriza por que el 99,1% de las empresas son pymes con un 63,3% de empleo en el sector y un 49,6% de facturación. La alimentación es una cadena de valor con alcance desde el sector primario al terciario y transversal hacia otros sectores económicos. En su sentido más amplio -incluyendo producción primaria, industria alimentaria, comercio alimentario, restauración y colectividades, turismo gastronómico y transporte alimentario- representa el 10,56% del PIB y da empleo directo en Euskadi a 96.000 personas.

Euskadi es un país pequeño, sin recursos naturales, con poco control sobre la producción de materias primas, con una proporción del territorio de tierras cultivables pequeña y en condiciones orográficas poco favorables. Nuestra capacidad de generar recursos está basada, casi en su exclusividad, en la capacidad de innovar y en la productividad de las personas y de nuestras empresas. La especialización y la innovación en su sentido más amplio (tecnológica y de mercado) en clave para generar valor, es la garantía de supervivencia futura, ya que se precisará de una necesaria y rápida adaptación a los continuos y cambios globales que se están produciendo y los que aparecerán en los próximos años. Cooperar para competir bajo el concepto de cadena de valor será fundamental y garantía de éxito, ya que es ahí donde residen las fortalezas de Euskadi para posicionarnos a nivel global desde lo local, desde la producción de alimentos de calidad a la gastronomía de primer nivel mundial. Ello nos permitirá desarrollar un ecosistema único, atractivo para nuevos inversores, ayudarnos a posicionarnos con una notoriedad de marca Premium de calidad de alimentos producidos en Euskadi, atraer empresas y start-ups, retener y atraer talento y capital.

El 23% del turismo que visita el País Vasco lo hace por motivos gastronómicos. Se trata de un turismo de calidad y las personas que nos visitan se convierten en embajadores de la marca Euskadi y contribuyen a la notoriedad internacional de la marca Basque Country como referencia internacional con valores de calidad e innovación. Con estas referencias podemos afirmar que la alimentación es, y lo va a ser más en el futuro, un sector estratégico para la economía de Euskadi y, por tanto, debemos estar muy atentos a las tendencias globales que van a condicionar su desarrollo, ya que nos jugamos mucho como país. El aumento de la población mundial y del poder adquisitivo de los consumidores en las economías emergentes, que actualmente es similar al de la sociedad de Europa occidental, implicará una mayor demanda de alimentos de calidad y nos abre las puertas a esos nuevos mercados donde la calidad y valor añadido de los productos son altamente demandados, a la vez que nos posiciona para recibir un turismo gastronómico de calidad, a los que debemos ofrecer un servicio siempre excelente para que se conviertan en embajadores por todo el mundo de la excelencia de Euskadi en este sector. El binomio entre gastronomía de excelencia y productos de alta calidad debe ser la palanca en la que las empresas de la cadena de valor de la alimentación deben apoyarse para conquistar los mercados internacionales.

A nivel europeo y de Euskadi, el volumen de consumidores se estanca, el número de ingestas dentro del hogar no crece y la marca de la distribución es la principal vía para llegar al mercado del retail. En consecuencia, la penetración es la única palanca para crecer y ofrecer más momentos de consumo al cliente, en definitiva, cubrir necesidades con soluciones de valor. Las tendencias apuntan a que el precio seguirá siendo un factor de 'higiene': lo tienes para competir o estás fuera del mercado. Seguiremos en la 'era de lo barato', los consumidores han pasado de preferir a depender de lo barato. A pesar de que gran parte de sus compras son a descuento, creen que pagan demasiado, ignoran los costes que existen detrás de lo que adquieren y creen que los márgenes de sus proveedores son mucho mayores que lo que en realidad son. Sin embargo, también está creciendo la demanda de productos locales, de calidad, sostenibles y saludables. El 62% de los consumidores estamos dispuestos a pagar más por marcas y productos sostenibles y saludables.

Estamos evolucionando desde la comida tradicional de la familia a una comida para satisfacer las necesidades de la dieta de los miembros individuales. Cada hogar tiene en su casa un restaurante, habitualmente con el mismo chef y con mismos comensales todos los días, pero diferentes necesidades nutricionales, diferentes problemas de intolerancias alimentarias o de alergias. Estamos ante la punta de iceberg de lo que nos va a llegar: la personalización de la dieta. La vinculación entre alimentación y salud es ya un hecho socialmente reconocido, en el que las personas hemos tomado una mayor dependencia y concienciación de que la dieta es clave para sentirse bien y cuidarse desde edades cada vez más tempranas. No se trata sólo de evitar la obesidad -posiblemente el mayor problema mundial relacionado con la salud-, sino de prevenir enfermedades crónicas como la diabetes y el síndrome metabólico, hipertensión, arterioesclerosis, cáncer y muchas más. La dieta adecuada a las necesidades de cada miembro de la unidad familiar también la consideramos como algo fundamental para sentirse bien, mantener peso, aportar energía, etc. En definitiva, la sociedad está demandando la personalización de la dieta para cuidarse desde jóvenes y para dar respuesta al envejecimiento con nuevos alimentos con texturas modificadas y aportaciones nutricionales adecuadas a cada momento de nuestras vidas.

La ciencia tiene ante sí un gran reto y resulta necesario un importante esfuerzo en investigación para comprender las relaciones entre dieta y salud. Comprender la función del cerebro en relación con la dieta, entender los efectos dietéticos sobre la función inmune e intestinal, comprender la relación entre la dieta y la función metabólica (la obesidad y los trastornos metabólicos asociados) y, no menos importante, entender el comportamiento de los consumidores en relación con la salud, la nutrición y las intolerancias y alergias. Se trata sin duda de una de las grandes prioridades que tiene el sistema de innovación, en el que, en Euskadi, AZTI, restaurantes como Mugaritz y centros de investigación sanitaria como Biocruces, Biodonostia y Onkologikoa llevan trabajando conjuntamente desde hace varios años, colaborando también con empresas alimentarias y de colectividades que aportan, sólo en Euskadi, unos 300.000 menús/día a colegios, residencias y comedores colectivos de empresas.

La alimentación de colectividades es un mercado creciente, generador de empleo y valor añadido, con una importante capacidad de tracción de la cadena de valor, especialmente del sector primario y productos locales. Se trata de una actividad que, apuesta por la sostenibilidad, ya que evita incorporar a los menús productos que han viajado miles de kilómetros a favor de productos locales de mejor calidad y, además, cuenta con una cadena de custodia de las más seguras del mundo, que garantiza la seguridad e inocuidad de los alimentos. Estamos ante una gran oportunidad que el sector alimentario vasco no puede dejar pasar. El consumo de productos locales no sólo es más sostenible, sino que además genera más empleo, actividad económica e ingresos fiscales.

Euskadi cuenta con una cadena de valor de la alimentación que aporta el 10,6% del PIB vasco, que integra a todos los elementos de la cadena; alguno de ellos, como la gastronomía y restauración, de referencia mundial. Tenemos la oportunidad de trabajar juntos, de estructurar un sector en todos sus eslabones para, desde la colaboración transversal de toda la cadena, dar respuesta a las necesidades futuras que demanda la sociedad y los grandes retos y cambios que se producirán en los próximos años en la alimentación.

La competitividad basada sólo en la eficiencia es una estrategia de corto recorrido y limitada. Sólo la combinación de eficiencia y generación de valor puede garantizar la sostenibilidad del sector alimentario, su crecimiento, liderazgo internacional y que el sector continúe siendo estratégico para

Euskadi por su contribución a la economía y al empleo. Tenemos que ser capaces de dar respuesta a la dieta personalizada que precisamos las personas y cubrir otras demandas de los consumidores, como limpieza, facilidad de preparación y que además los alimentos que consumamos estén ricos y sean saludables. Es una oportunidad para crear nuevos productos, ser más eficientes y sostenibles, generar nueva actividad industrial, nuevos modelos de negocio y atraer inversión y turismo internacional a un ecosistema en alimentación como el que cuenta Euskadi, de referencia internacional hoy en día, pero con posibilidades de alcanzar un liderazgo todavía mayor.

Para ello, desde el gobierno vasco se ha impulsado un plan estratégico de la gastronomía y la alimentación que tiene como visión convertir a Euskadi en un referente mundial en el ámbito gastronómico y alimentario, por sus atributos de calidad y sostenibilidad económica, social, cultural y medioambiental de toda la cadena de valor. Para alcanzar este gran reto es necesario impulsar, promover y desarrollar la gastronomía y la alimentación de Euskadi a través del desarrollo de nuestra industria agroalimentaria y gastronómica, en especial la que tracciona un producto local de calidad y saludable, que impulsa la sostenibilidad, la creación de una propuesta de valor turística excepcional, la conservación del patrimonio cultural, paisajístico y gastronómico y por supuesto, alcanzar cotas aún mayores de reconocimiento a nivel mundial. Pero desde una nueva óptica, el paradigma de cadena de valor de la alimentación, desde la producción primaria hasta el consumo de alimentos; teniendo a las personas - consumidoras de los alimentos- en la centralidad de toda la cadena de valor y siempre teniendo en cuenta las interrelaciones con otros sectores económicos, culturales y sociales.

Como se ha señalado el crecimiento de población y de la renta per cápita en el mundo va a provocar una revolución en la alimentación a nivel global. El incremento de la demanda de alimentos unido a las implicaciones del cambio climático implicará que no haya agua potable ni tierras fértiles para producir los alimentos que se necesitan. La presión sobre los recursos naturales va a aumentar y compañías privadas y países están comprando empresas, derechos de pesca y tierras en el mundo convirtiendo la alimentación en un recurso estratégico al mismo nivel que la energía. Ante este escenario, no podemos hablar sólo de sostenibilidad, tenemos que avanzar y exigir una producción integra de alimentos, es decir, cuando todas las personas, en todo momento, tienen acceso a alimentos que sean seguros, auténticos y nutritivos, y los sistemas utilizados para producir los alimentos son sostenibles, éticos, respetan el medio ambiente y protegen los derechos humanos de todos los trabajadores que producen alimentos. Un reto global que desde Euskadi podemos liderar.