

NUEVA EDICIÓN DEL PROGRAMA DE ALTA DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE LA CADENA AGROALIMENTARIA (ADECA)

Alimentos para extranjeros "made in Spain"

Según el informe "Hábitos alimentarios de los inmigrantes en España", realizado por ACNielsen para el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, «Si los fabricantes y la distribución consiguen captar y fidelizar estos nuevos consumidores, se habrá contribuido de forma positiva a su integración».



MAMEN GÓMEZ

cgomez@santelmo.org

El pasado 5 de abril se desarrolló en el Instituto Internacional San Telmo, el primero de los cuatro Módulos que componen la IV edición del Programa de Alta Dirección de Empresas de la Cadena Agroalimentaria (ADECA). Esta jornada inaugural, de dos días de duración, contó con los profesores Juan Enríquez Cabot, de Harvard Business School, José Luis Bueno, del IESE, y los ponentes Ricardo Currás de Don Pablo, Director Ejecutivo de DIA España, y José Luis García Fuentes, Vicepresidente de ACNielsen para España y Portugal, que trataron temas de candente actualidad que afectan a la Cadena Agroalimentaria.

En la actualidad, los hábitos alimenticios y de compra de los inmigrantes en España son bastantes similares y no se alejan demasiado de los hábitos de los españoles.



Alimentos españoles que gustan a inmigrantes

El fenómeno de la inmigración, relativamente nuevo en España, ha alcanzado un nivel suficientemente alto como para que sus efectos en la alimentación, en el consumo, en la distribución y, en general, en aspectos básicos de la cadena alimentaria, se dejen sentir.

Nuestra situación geográfica convierte nuestro país en frontera para los países de África, los vínculos históricos y culturales y el idioma común hacen de España el país favorito para los extranjeros de habla hispana y, por último, el crecimiento económico nacional ha atraído a ciudadanos del Este de Europa en busca de un futuro más próspero. Se trata, en definitiva, de un fenómeno económico y social motivado por una población nueva, un porcentaje cada vez más elevado de la población española es extranjera, a cuyas necesidades han de dar respuesta fabricantes de productos agroalimentarios y distribución.

Para hablar de estos aspectos se contó con la presencia de José Luis García Fuentes, Vicepresidente de ACNielsen para España y Portugal, cuya empresa ha elaborado para el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, el informe: "Hábitos alimentarios de los inmigrantes en España".

Según este estudio, en la actualidad, los hábitos alimentarios y de compra de los inmigrantes en España, aunque tengan algunas características diferenciadoras entre ellos, son bastante similares y no se alejan demasiado de los hábitos de los españo-

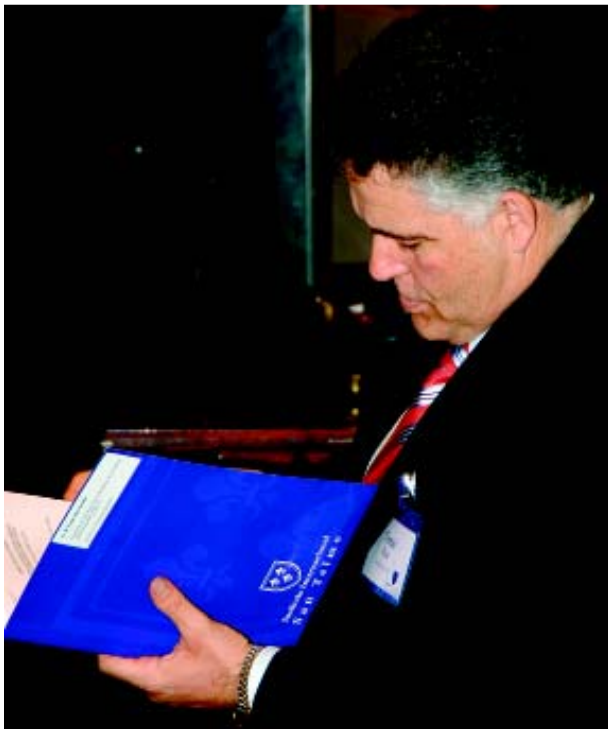
les. Compran en las mismas tiendas, y sus demandas son similares: "buen precio con garantía y calidad". Al igual que los españoles, no son fieles a una única enseña, y distribuyen sus compras entre tres tipos de tiendas diferentes, buscando en cada caso lo que consideran mejor: el precio adecuado, los productos exclusivos, la calidad de la fruta, etc.

Se han adaptado a la comida española, en principio forzados por su situación, pero aceptan que les gusta y les acaba pareciendo más saludable, aunque siguen señalando que el sabor les resulta más insípido, al ser menos especiada que la de sus países de origen.

No deja de ser todo un símbolo que los dos platos más emblemáticos de la cocina española, la paella y la tortilla de patata, sean los que más les gustan. Si los fabricantes y la distribución consiguen captar y fidelizar estos nuevos consumidores, se habrá contribuido de forma positiva a su integración. Además, se enriquece la oferta en los lineales de las Grandes Superficies, al incorporarse nuevos productos que posiblemente también serán aceptados y consumidos por todos los españoles, cada vez más interesados por la diversidad cultural, personificada en este caso por los hábitos alimentarios.

A este interesante coloquio le siguió la conferencia del Director General de DIA en España, Ricardo Currás de Don Pablo, quien dió su visión de cómo los cambios demográficos ocasionados por la inmigración están impactando en la Cadena Agroalimentaria, y, en particular, en algunas cade-





nas de distribución como Dia Internacional, multinacional española del formato descuento integrada en el Grupo Carrefour.

Una revolución genética que ya ha llegado

"En la década de los 90 muchas empresas se vieron sorprendidas por el desarrollo de Internet. En la actualidad, y en el próximo futuro, los avances en la investigación y la ingeniería genética, van a producir una transformación de igual o mayor impacto en el mundo de los negocios: muchas empresas comerciales, no sólo del sector agroalimentario o farmacéutico, sino tam-

bién de otros van a converger en la nueva industria de las Ciencias de la Vida. Los desafíos son tan importantes como las oportunidades que se van a presentar."

Estas son algunas de las afirmaciones que Juan Enríquez Cabot, profesor de la Harvard Business School y Presidente de Bio-technology, realizó en el comienzo de la cuarta edición de ADECA. En sus sesiones, los participantes pudieron disfrutar de dos interesantes y provocadoras conferencias que sin duda hicieron reflexionar sobre el equilibrio y el papel que representan las empresas agroalimentarias españolas, inmersas en una 'revolución genética' que ya ha llegado. De esta forma, Juan Enríquez afirmó que "los descubrimientos de las ciencias naturales, como la genética y la biología, están creando industrias que transforman de manera radical el mundo de los negocios, creando enormes oportunidades comerciales".

Por otra parte, el Bloque temático "El Consumidor del Siglo XXI" fue impartido por el Profesor del IESE José Luis Nueno, y consistió en la discusión de dos Casos y dos conferencias-coloquio dedicadas respectivamente a los temas de la 'Comercialización en mercados maduros' y '¿Sigue siendo sostenible el modelo de Marketing de Masas?'

La Promoción

En esta IV edición, participan alrededor de 40 directivos y empresarios de la cadena agroalimentaria, procedentes de distintas ciudades de la geografía española como Mallorca, Madrid, La Coruña, Barcelona, La Rioja, Vizcaya, Murcia, Toledo, Huelva, Sevilla, Granada, Málaga y Almería. Si nos centramos en los cargos que ocupan, el 100% de los participantes son Directores y Subdirectores Generales, Presidentes, Consejeros, Gerentes y otros cargos de la alta dirección

de empresas como Campofrío Alimentación, Conservas Ubago, Estrella de Galicia, Grupo Sol Meliá, Heineken España, Rabobank o Rendelsur. ☺

"Los descubrimientos de las ciencias naturales, como la genética y la biología, están creando industrias que transforman de manera radical el mundo de los negocios, creando enormes oportunidades comerciales".



Hay pocas empresas capaces de dominar todos los procesos

Treinta años proyectando, construyendo y explotando, para darle el servicio integral que se necesita en el tratamiento y recuperación de aguas: potables y de aporte, residuales urbanas e industriales. Con la garantía y la confianza que usted se merece y el mercado nos reconoce.

Proyectamos
Construimos
Explotamos

La experiencia en aguas

dinotec
Sociedad de Aguas y Medio Ambiente

Más información: Parque Sevilla Industrial · Calle Parat, 3 · Manzana 13 · Parcela 18 · 41016 Sevilla · España · Tel. +34 954 252 520 · Fax +34 954 250 063 · Web www.dinotec.com