



MAYO 18		Sección
Día	19	Digital

FOODRETAIL & shoppers

¿Qué desafíos afronta la cadena alimentaria?

Expertos del sector debaten sobre Food Tech, sostenibilidad y transformación digital en el marco una jornada organizada por el Instituto San Telmo.



*Una de las sesiones de Semsas organizada por el Instituto San Telmo
Redacción 19/05/2018 - 11:04h*

¿Cuáles son los retos y oportunidades a los que se enfrenta la cadena alimentaria? Sobre ello han debatido casi un centenar de empresarios y directivos en el marco de una nueva edición del Seminario Especializado (Semsas) que organiza el Instituto Internacional San Telmo. Todos han coincidido en señalar como desafíos fundamentales para el sector la digitalización, la internacionalización, la innovación y la eficiencia.

Adicionalmente, se ha incrementado la preocupación por el efecto que en el medio ambiente tiene en las operaciones. La sostenibilidad ha pasado a ser una consideración necesaria en el desarrollo de nuevos productos, que son considerados como un bien común en favor del planeta y de los consumidores.

*Uno de los casos que se ha estrenado en esta edición del Semsa ha sido 'Amazon+Whole Foods: un nuevo actor en el sector', escrito por el profesor Julio Audicana Arcas. En él se aborda el anuncio que realizó el gigante del ecommerce, el 16 de junio pasado, sobre su intención de adquirir la cadena norteamericana **Whole Foods** que cuenta con más de 477 tiendas en Estados Unidos, Canadá y Reino Unido, a la par que ostenta el liderazgo en alimentos orgánicos y comida saludable.*

La adquisición de Whole Foods "catapulta a Amazon en el mundo de las tiendas físicas y pone en entredicho lo vaticinado por los gurús"

Según se señaló en este seminario, esta adquisición "catapulta a Amazon en el mundo de las tiendas físicas de alimentación, y pone en entredicho todo lo vaticinado por los gurús relacionados con las estrategias empresariales de las empresas implicadas en la cadena alimentaria".

A lo largo de la sesión, en la que ha intervenido Luis T. de Arriba Hervás, CEO de The Aggregate Value y experto en el retail USA, los asistentes pudieron dialogar sobre cómo será el futuro del sector y la manera de reaccionar ante acciones como las llevadas a cabo por Amazon.

GESTIONAR MATERIAS PRIMAS

*Otra de las sesiones de esta convocatoria tuvo como centro de atención a la empresa **Acesur**, que produce, refina, envasa, comercializa y exporta aceite de oliva y otros aceites vegetales, así como otros productos (aceitunas, vinagres, salsas y aliños o mayonesas). Esta firma es propietaria de las marcas **La Española** y **Coosur** y la empresa productora*

más importante de España, con un volumen de **envasado de aceites de oliva** de aproximadamente **62 millones de litros**.

Por lo que respecta al mercado internacional, Acesur es el **segundo exportador de aceite de oliva envasado** del mercado español con 32 millones de litros y una cuota del 15%. En 2017, el grupo, con presencia en más de 100 países, incrementó sus exportaciones superando la cifra de 52.000 MI.

"Es fundamental que los modelos de negocio evolucionen para seguir aportando valor en la cadena de suministro"

A pesar de estas cifras, el **mercado en el que opera la compañía** se caracteriza por **"precios muy volátiles en la parte alta de la cadena de suministro y la necesidad de precios estables y bajos en la distribución"**. Esta disyuntiva fue la que se expuso durante la sesión impartida por el profesor Enrique Garrido, en la que, además, intervino Gonzalo Guillén Benjumea, CEO de esta empresa. Los participantes analizaron la importancia de que los modelos de negocio evolucionen para seguir aportando valor en la cadena de suministro, desde el productor hasta el consumidor final, especialmente en sectores tan maduros como el del aceite de oliva.

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

La revolución que viene, ligada al **Food Tech** y a la **transformación digital** fue objeto de análisis en una sesión conducida por el profesor Jose Antonio Boccherini. Este experto reflexionó con los participantes sobre las nuevas tecnologías que están afectando a los diferentes sectores, desde el primario hasta el retail y **cómo sacar provecho** de las mismas.

Innovaciones como el **Blockchain**, **Machine Learning** o **Big Data** son en buena medida **"desconocidas"** por la realidad empresarial española

No faltó un viaje por las principales innovaciones que hoy día están cambiando la economía y la forma de trabajar de numerosas empresas, como puede ser **Blockchain, Machine Learning o Big Data**. Sin embargo, también se apuntó a que muchas de estas herramientas son desconocidas por la realidad empresarial española y la intención es acercar estos nuevos actores a los empresarios de la cadena alimentaria.

Por su parte, Agustín Markaide, presidente de **Eroski**, y el profesor Julio Audicana, abordaron en la sesión 'Eroski, tiene un plan: salud y sostenibilidad', sobre la **estrategia de la cooperativa vasca** para llevar a sus tiendas "una buena alimentación y un consumo más responsable".