

Fecha: 07-03-2023
Medio: Diario Financiero
Supl.: Diario Financiero
Tipo: Actualidad
Título: Hacia una revolución en el mercado de alimentos

Pág.: 10
Cm2: 348,7

Tiraje: 16.150
Lectoría: 48.450
Favorabilidad: ☐ No Definida

Junto a las recientes noticias relacionadas al globo aerostático chino, también dio vueltas al mundo la imagen de un rascacielos full-tech construido en la ciudad de Ezhou, que no será habitado por humanos. Se trata de la mayor granja vertical en la historia de la humanidad, un edificio de 26 pisos para la crianza y procesamiento de hasta 1.2 millones de cerdos al año, la proteína más apetecida por la población de China.

Segundo llamado de atención, este es el primer proyecto agrícola en el que se involucra la empresa gestora, una compañía cementera que tras considerar invertir en la fabricación de comida ready-to-cook, decidió incursionar en el prometedor sector de la agricultura moderna promovida por el gobierno chino.

Los datos hablan por sí solos. Desde 2020,

Hacia una revolución en el mercado de alimentos

JULIE KIM
 DIRECTORA DE
 VINCULACIÓN CON EL
 MEDIO, FACULTAD DE
 ADMINISTRACIÓN Y
 ECONOMÍA UDP



“Para 2030, el 65% de la clase media mundial vivirá en Asia, demandando más y mejores alimentos”.

Asia ya es el mayor mercado de alimentos global y se proyecta que esta demanda represente una oportunidad de US\$ 4 billones (US\$ 4 “trillions”) de consumo incremental que se dará durante esta década, para el cual se requerirán de US\$ 1,5 billones en nuevas inversiones a lo largo de la cadena de valor del sector. Cabe recordar que para 2030, el 65% de la clase media mundial vivirá en Asia, demandando más y mejores alimentos.

Ya grandes multinacionales como Nestlé o Fonterra, así como también multilatinas como Nutresa o AJE, han puesto en marcha acciones para sumarse a esta oportunidad, que será una nueva revolución. Los empresarios y agentes de decisiones de países como el nuestro -altamente

dependientes y bendecidos de ventajas naturales que aún nos ubican como líderes exportadores incluso a nivel mundial en múltiples productos agroalimenticios- debemos conocer y prepararnos para entender y aprovechar esta realidad.

Importantes cambios se viven en las dinámicas ciudades asiáticas y también en las prioridades y regulaciones impuestas por los gobiernos, que a pesar de la vasta heterogeneidad de la región, hoy convergen en la promoción de cadenas de valor sostenibles, de alta innovación, a lo que debieran sumarse players latinoamericanos.

Se estima que el 55% del gasto incremental de alimentos que experimentará Asia estará marcado por consumidores de productos más sanos, seguros, convenientes y sostenibles, que comprarán en canales modernos usando diversas super-apps para sus hogares unipersonales en megaciudades cada vez más conectadas y reguladas para la sostenibilidad en todo sentido.

Más datos para el apetito: US\$ 900 millones se vendieron en mix de frutos secos solamente en 2019 por Tmall (la Amazon de China); el mercado del meal kit market (con proteínas tradicionales y alternativas) ya casi alcanza los US\$ 600 millones, y empresas como Hema y Pagoda están buscando aliados estratégicos; otros actores están levantando inversiones para el desarrollo de crianza de salmónes en tierra, reduciendo el uso de antibióticos y pesticidas.

Debemos estar atentos.