

Patrocinan:



Semsa 04

nuevos hábitos
nuevos productos
nuevas soluciones

SEVILLA, 27 y 28 de mayo de 2004

¿La alimentación del futuro?



Instituto Internacional
San Telmo

Seminario Especializado en Empresas de la Cadena Agroalimentaria

Objetivos

Esta cuarta edición del Seminario Especializado en Empresas de la Cadena Agroalimentaria, estará enfocado a los alimentos del futuro y a lo largo del mismo se analizarán, diagnosticarán y debatirán planes de acción relacionados con las siguientes cuestiones:

Producción ecológica, cultivos transgénicos, ¿Cuál es el motor de la innovación en el sector primario? ¿Cómo ser competitivo?, ¿Es negocio?

Productos enriquecidos y funcionales: ¿Vale en España el modelo de tendencias internacionales? ¿Se puede hacer algo más?, ¿Cómo busca la industria la diferenciación?, ¿Marketing o realidad?

¿Qué opina el consumidor?, ¿Qué compra?, ¿Qué paga?

¿Realmente los alimentos del futuro pueden afectar a la nutrición y a la salud de los consumidores?

¿Qué ventajas competitivas deben tener las empresas para enfocarse a los alimentos del futuro?, ¿Estamos preparados?

Introducción

El consumidor ha cambiado de forma vertiginosa en los últimos años. La escasez de tiempo, los cambios en las costumbres, el envejecimiento de la población, la propia composición y funcionamiento del entorno familiar, han conformado un consumidor para el que el ahorro en tiempo dedicado a cocinar, la salud, la comodidad, y el medio ambiente son valores en alza.

Esto se traduce en que el consumidor cada vez exige más a los productos y su demanda es más variada (a lo que contribuye el incremento del poder adquisitivo y la creciente inmigración).

Las reacciones del sector agroalimentario son muy diversas y ha acelerado más si cabe su fervorosa actividad innovadora en busca de diferenciación (alimentos funcionales, ecológicos, productos listos para consumir, genéticamente mejorados...) y comodidad (productos de cuarta y quinta gama).

Los protagonistas de la Cadena Agroalimentaria (productores, industriales detallistas y operadores del Food Service) que quieran seguir siendo competitivos en este cada vez más complejo sector agroalimentario, deberán conocer las tendencias del mismo, superar en muchos casos las barreras de entrada que ofrece y tener en cuenta los cambios que implica este nuevo mercado de alimentos del futuro en la concepción, estructura y gestión de sus empresas. Parece inevitable que los estrategas de la Cadena Agroalimentaria que quieran subsistir, deberán afrontar futuros cambios en su trayectoria y en su enfoque al consumidor (nuevos productos e ingredientes, tecnología y el debate de los OGM, perfil de proveedores, marketing, posicionamiento en el lineal, alianzas con otros sectores industriales, responsabilidad social,...).

El Instituto Internacional San Telmo presenta con SEMSA 04 '¿La alimentación del futuro?' un punto de encuentro para que los protagonistas de todos los eslabones de la Cadena Agroalimentaria conozcan la situación actual de este escenario y encuentren respuestas que les permitan diferenciarse y competir en este mercado que ofrece importantes desafíos y oportunidades.

¿A quién está dirigido?

Este Seminario está dirigido a la Alta Dirección de Empresas de la Cadena Agroalimentaria (producción agrícola y ganadera, industria de la transformación y canales), empresas de servicios relacionados con el sector agroalimentario, asociaciones empresariales y responsables de la Administración relacionados con la problemática planteada.

Metodología

Para poder alcanzar los objetivos del Seminario se utilizarán como instrumentos pedagógicos el Método del Caso, Mesas Redondas, y Conferencias-Coloquio. Los Profesores pertenecerán al claustro del Instituto Internacional San Telmo y del IESE y asistirán Ponentes de primer nivel como viene siendo tradicional en las sucesivas ediciones de este Seminario.

Se estudiarán y discutirán tres Casos actuales, escritos o traducidos expresamente para este Seminario y se contará en algunos de ellos con la presencia de los protagonistas de los mismos.

NOTA: Para un mayor aprovechamiento de las sesiones del Seminario, es imprescindible preparar el material académico que enviaremos anticipadamente a quienes confirmen su asistencia

nuevos hábitos

nuevas soluciones

nuevos productos



Julio Audicana Arcas

Director General Adjunto del Instituto Internacional San Telmo y Profesor del Área de Operaciones. Ha dirigido el Departamento de Empresas Agroalimentarias (1992-2000) y, actualmente es miembro de su Consejo Asesor. Su experiencia previa se centra en la consultoría como Director de Proyectos relacionados con la Cadena Logística de productos de gran consumo (compras, aprovisionamiento, transformación y distribución física), y con el sector de la Distribución Comercial. Asesor y autor de Casos (Supermercados Juan Portal, Mercadona-Conservas Ubago: el concepto de Interproveedor, Zena Grupo de Restauración, Carrefour España), artículos y publicaciones relacionadas con la situación actual y perspectivas de futuro de la Cadena Agroalimentaria. Sus Áreas actuales de interés, relacionadas con la Cadena Agroalimentaria, son los cambios en su estructura y funcionamiento en el ámbito nacional e internacional, el impacto de la tecnología y de los cambios en el entorno socio-económico, y las alianzas verticales y horizontales entre los diferentes eslabones que la componen.



Antonio García de Castro

Desde 1986 es Director General del Instituto Internacional San Telmo y desde hace trece años, Gerente de la Fundación San Telmo. Es Profesor a tiempo completo del Departamento de Política de Empresa del Instituto Internacional San Telmo desde 1985 y Profesor visitante de otras escuelas de perfeccionamiento de Alta Dirección como el AESE (Portugal), IESE (España) o INALDE (Colombia). Es autor de varios Casos y artículos como Mayoral, Inmobiliaria del Sur, Distribución Alimentación Cobreros (Dialco), La Cruz del Campo, Covap, Alcatel, Grupo Ybarra, Puleva Biotech, etc. Participa como Consejero de varias empresas andaluzas de los sectores Agroalimentario, Automoción, Distribución Comercial y Construcción. Además combina estas actividades con las de asesor y consultor de Política de Empresa de diversas empresas e instituciones.



Miguel Ángel Llano Irusta

Actualmente es Director del Departamento de Empresas Agroalimentarias del Instituto Internacional San Telmo y miembro de su Consejo Asesor. Profesor a tiempo completo del Área de Operaciones. Es Profesor visitante de otras escuelas (IESE, IPADE de México, INALDE de Colombia) y consultor en el Área de Operaciones. Fue Socio Fundador y Director General de una empresa de producción porcina en México y es autor de varios Casos y artículos relacionados con la Cadena Agroalimentaria (Coronita, Vensy España, Viveros Sevilla, Santa Fe Beer Factor, Jolca, Fundación Monte Mediterráneo, Agrosevilla y Heineken Temáticos). Actualmente su investigación académica se centra en la problemática, tendencias y retos a los que se enfrenta la industria de la transformación agroalimentaria.



José Luis Nueno

Es Profesor agregado del Departamento de Marketing del IESE. Ha impartido sesiones en INSEAD, Harvard, Michigan, Stanford, IPADE (México) e INCAE (Costa Rica). Es autor de varios estudios sobre marketing y globalización, y un asiduo ponente en los foros del sector. Así mismo ha escrito numerosos Casos prácticos relacionados con el sector y ha realizado el primer Caso interactivo de Harvard, junto a Pankaj Ghemawat, sobre Inditex. Es uno de los mayores expertos de nuestro país en comercialización de productos e innovación. Sus áreas de interés y estudio son las relaciones fabricante/distribuidor, el marketing industrial, B2B, la distribución, la investigación de mercados y las marcas. Asesora a clientes como Nutrexpa, Antonio Puig, Cortefiel, Loewe o Pepsico.

Plan de Trabajo del Seminario

Jueves, 27 de mayo de 2004 11:00 a 19:15

Módulo 1

“Alimentos Ecológicos: ¿Qué son?, ¿Por qué se demandan?, ¿Qué mercado tienen?”

Módulo 2

“Alimentos Funcionales: La evolución de los productos sin a los productos con. Los alicamentos”

Módulo 3

“¿Cómo se comportan los nuevos productos en los Canales de Distribución: Qué opina, compra y paga el Consumidor?”

Viernes, 28 de mayo de 2004 09:00 a 13:45

Módulo 4

“Alimentos Transgénicos: ¿Son un Riesgo o una Oportunidad?”

Módulo 5

“Responsabilidad social y los Alimentos del Futuro”

Jueves, 27 de mayo de 2004

11:00 Recepción de Participantes

11:15 Inauguración del Seminario

Consejero de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía.*

D. José Luis García Palacios, Presidente de Caja Rural del Sur.

* Pendiente de confirmar

11:30 Presentación del Seminario

Prof. Miguel Angel Llano Irusta, Director del Departamento de Empresas Agroalimentarias

11:45 Descanso

Módulo 1

“Alimentos Ecológicos: ¿Qué son?, ¿Por qué se demandan?, ¿Qué mercado tienen?”

12:00 Trabajo en Equipo

12:30 Caso: Fundación Monte Mediterráneo

Prof. Julio Audicana Arcas

Es el Caso de una empresa de origen familiar dedicada a la producción ecológica en la sierra de Huelva, dedicada a los productos del cerdo ibérico y con gran presencia en el mercado alemán. La compañía se enfrenta a cuestiones como la definición de su propio negocio (¿la producción, el desarrollo del medio rural, la educación medioambiental?), la certificación de los productos, la incidencia de su paso por la Cadena Agroalimentaria, y el equilibrio negocio vs. filosofía ecológica.

El objetivo de este Caso es estar en condiciones de dar respuesta a estas preguntas: ¿Qué es un alimento ecológico?, ¿Cuáles son los criterios para saber si un alimento es ecológico o no?, ¿Cuál es la diferencia entre alimento ecológico y bioalimento en España?, ¿Qué mercado mundial tienen y se estima que tendrán este tipo de productos? ¿Qué ventajas competitivas requiere de una empresa para hacer negocios en el mercado de los alimentos ecológicos? ¿Será Fundación Monte Mediterráneo capaz de sobrevivir en un nicho de mercado de incipiente creación en España?

Ponentes Invitados

D^a Ernestine Lüdeke, Vicepresidenta de la Fundación Monte Mediterráneo

D. Hans-Gerd Noglein, Presidente de la Fundación Monte Mediterráneo

14:00 Almuerzo

Módulo 2

“Alimentos Funcionales: La evolución de los productos sin a los productos con. Los alicamentos”

15:30 Trabajo en Equipo

16:00 Caso: Puleva Biotech

Prof. Antonio García de Castro

En 2000 la empresa de productos lácteos Puleva decide apostar por el mercado de alimentos funcionales creando Puleva Biotech, como compañía independiente y cotizada en bolsa, dedicada a la búsqueda y desarrollo de estos alimentos. En sólo tres años, Puleva Biotech ha seguido un modelo de negocio basado en la innovación y se enfrenta a necesidades de tipo estructural y de definición del propio negocio.

Este Caso permitirá a los asistentes encontrar respuesta a cuestiones como las siguientes: ¿Qué es un alimento funcional? ¿Realidad o Producto del Marketing? ¿Cuáles son los criterios para saber si un alimento es funcional o no?, ¿Cuál es la diferencia entre alimento funcional, un alicamento y un nutraceútico?, ¿Qué mercado mundial tienen y se estima que tendrán este tipo de productos? ¿Cómo se dirige una empresa en la que como en Puleva Biotech, tienen que convivir directivos y científicos? ¿Cómo dirigir una empresa en la cual muy pocos de los proyectos que se inician se convierten en productos finales? ¿Puede Puleva Biotech, pasar a ser un proveedor de elementos funcionales para otras empresas de la industria distintas de Ebro Puleva?

Ponente Invitado

D. Gregorio Jiménez López, Presidente de Puleva Biotech

17:30 Café

Módulo 3

“¿Cómo se comportan los nuevos productos en los Canales Distribución: Qué opina, compra y paga el Consumidor?”

17:45 Conferencia: El Consumidor y el Canal

Prof. José Luis Nueno

"Enriquecido con Omega-3", "rico en calcio", "acción antioxidante" "con fitosteroles"... desde hace algún tiempo es fácil leer cosas como éstas en los envases de multitud de alimentos. La apuesta por un modelo de nutrición más individual y más programada parece algo futurista, pero es una realidad: los alimentos funcionales ya están aquí para salvar la distancia que separa una nutrición adecuada de una nutrición óptima. Ante este binomio de salud-nutrición que ofrece un espectro de posibilidades casi infinitas, ¿Qué opina el consumidor?

Desde la pizza refrigerada hasta la paella o la fabada preparada, según el MAPA, el consumidor ha incrementado en un 16.6% el consumo de platos preparados en el último año. Todo parece indicar que esta apuesta de las familias por ahorrar tiempo de preparación de los alimentos no es circunstancial, sino una apuesta de futuro, que combina innovación tecnológica con los hábitos gastronómicos más populares, vanguardistas o exquisitos. Pero el consumidor, ¿Qué compra?

El gusto por lo natural y la búsqueda de una vida más saludable se ha expresado en el campo de la alimentación en forma de retorno a la tradición y a los alimentos de la tierra. De esta forma, los productos resultantes de la aplicación de técnicas de producción ecológica se han hecho más que un hueco en el mercado: de las tiendas especializadas han logrado dar el salto a los lineales, y no hay compañía de la gran distribución que actualmente no proyecte sacar al mercado su propia línea de productos "eco". Pero realmente, ¿Qué paga este nuevo consumidor?

Las empresas de la Cadena Agroalimentaria que quieran seguir siendo competitivas están en la 'obligación' de ser capaces de responder a estas preguntas y de tener muy en cuenta el nuevo papel del consumidor, que se ha erigido como juez y parte de la compra.

19:15 Final de la jornada

nuevos hábitos

nuevas soluciones

nuevos productos

Módulo 4

“Alimentos Transgénicos: ¿Son un Riesgo o una Oportunidad?”

09:00 Trabajo en Equipo

09:30 Caso: El arroz “Golden Rice”: ¿Contra los principios?

Prof. Miguel Angel Llano Irusta

Las innovaciones científicas y tecnológicas de los últimos años han abierto muchas nuevas líneas de investigación y desarrollo en el sector agroalimentario. En particular, los desarrollos en la producción de arroz han abierto la posibilidad de crear nuevos alimentos enriquecidos con nutrientes y está previsto que muchos de estos productos emerjan en la próxima década. Este caso se centra especialmente en el desarrollo del arroz modificado genéticamente y denominado “Golden Rice”, haciendo énfasis en el mercado potencial de dichas innovaciones y las oportunidades para la industria agroalimentaria.

10:15 Café

10:30 Mesa Redonda: Oportunidades y Riesgos de los Transgénicos

Moderador: D. Joaquín Aguirre Berruezo, Director Asociado Dpto. de Empresas Agroalimentarias. Instituto Internacional San Telmo.

Los Organismos Genéticamente Modificados (OGM) son el resultado de la aplicación de un desarrollo científico y una tecnología que muchos definen como una Revolución. Su aplicación a la alimentación, en un entorno en el que se están produciendo también otros grandes cambios de hábitos (globalización, importancia de la seguridad alimentaria, preocupación por el medio ambiente,...) ha dado lugar a una amplia e intensa controversia.

Esta Mesa Redonda pretende contribuir a mejorar el conocimiento y fomentar el más razonable debate de sus utilidades y sus riesgos, el impacto social y medioambiental y especialmente el económico de su aceptación o rechazo.

Ponente Invitado:

D. Daniel Ramón, Catedrático de Biotecnología de la Universidad de Valencia.

12:00 Descanso

Módulo 5

“Responsabilidad social y los Alimentos del Futuro”

12:15 Mesa Redonda: “Responsabilidad social y los alimentos del futuro”

Moderador: Prof. Julio Audicana Arcas

Los nuevos hábitos de consumo (fuera de casa, en poco tiempo,...) y la creciente aceptación de algunos de los nuevos productos incluidos en nuestra dieta (variedad, sabores atractivos, facilidad de preparación, precios reducidos,...) han abierto el debate sobre alimentación y salud. Según la Sociedad Española de Nutrición Básica y Aplicada, sólo el 4% de los españoles tienen unos hábitos alimentarios saludables. Por su parte, la Organización Mundial de la Salud, en un informe de Mayo de 2003, ya advirtió de que “la alimentación inadecuada en sociedades avanzadas, como la europea, es causa del incremento de enfermedades cardiovasculares, cáncer y obesidad; y anuncia para el 2004 una estrategia global sobre nutrición, actividad física y salud ...”. De forma creciente, y siguiendo el ejemplo del tabaco, estamos asistiendo a una presión sobre la industria agroalimentaria (estudios, artículos de prensa, legislación incipiente,...) que llaman la atención sobre el posible impacto en la salud de los consumidores y sobre la posible responsabilidad de empresas como Unilever, McCain, Kraft, Kellogg, McDonalds,...; poniendo en entredicho productos como caramelos, chocolate, galletas, pizzas, perritos calientes, patatas fritas, hamburguesas, helados, ...: ¿realmente son fundadas estas insinuaciones?, ¿es un problema de los productos o del abuso de su consumo?, ¿qué opinan las empresas?, ¿qué opinan los gobiernos?, ¿la alimentación es la única causa de la obesidad?, ¿estamos ante un segundo tabaquismo?, ¿es posible legislar en este campo?, en caso afirmativo, ¿qué y cómo regularlo (información, formación de consumidores, control de componentes, limitar publicidad y lugar de venta, gravar los precios,...)?, ¿cómo reaccionan las empresas?, ¿llegan tarde los gobiernos?, ¿quién es el responsable último del lanzamiento y consumo de este tipo de productos: las empresas, los consumidores, el estado?.

Ponentes Invitados:

D. Manuel Álvarez Acha, Director General de Kraft Foods España

D. Horacio González Alemán, Adjunto al Secretario General de la FIAB (Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas)

13:30 Conclusiones y Clausura: Prof. Miguel Angel Llano

13:45 Almuerzo

Fecha y Lugar de celebración

Jueves 27 de Mayo de 2004, de 11:00h a 19:15h; y viernes 28, de 09:00h a 13:45h.

Sede de la Fundación San Telmo en Sevilla. Instituto Internacional San Telmo.
Avda. de la Mujer Trabajadora 1, 41008 Sevilla

Para más información

Srta. Juana María Moreno
E-mail: jmoreno@santelmo.org

Tel: 95 497 50 04. Fax: 95 495 88 40 www.santelmo.org

Derechos de inscripción

700 Euros

Miembros del Instituto Internacional San Telmo/ IESE: 10% dto. 630 Euros

Incluye tasas académicas, todos los materiales del programa, desayunos y almuerzos. Plazas limitadas.

Consejo Asesor del Departamento de Empresas Agroalimentarias*

AECOC	GONZALEZ BYASS	MONSANTO
AGRÍCOLA SAN MARTÍN	GRUPO GALLO	OSBORNE Y CIA.
AGRO SEVILLA GRUPO, S.C.A.	HEINEKEN ESPAÑA	PULEVA FOOD
C.C. CARREFOUR	HIJOS DE YBARRA	RABOBANK INTERNACIONAL
CAJA RURAL DEL SUR	INVERALIA	RENDELSUR
CAMPOFRÍO-OMSA ALIMENTACIÓN	KOIPE	SAT ROYAL
COOP. COVIRÁN	LANDALUZ	ZENA GRUPO DE RESTAURACIÓN
COVAP	LECHE PASCUAL	
FRIMANCHA INDUSTRIAS CÁRNICAS	MERCADONA	

* Listado actualizado en marzo de 2004

Entidades Colaboradoras



Las actuaciones de investigación y asesoramiento del Instituto Internacional San Telmo son apoyadas con cargo al presupuesto de Gastos del Ministerio de Ciencia y Tecnología.