

SANTI ALIAGA
CEO DE ZYRCULAR FOODS

“Debemos apostar por un producto saludable, sostenible y accesible”

Desde Zyrcular Foods, empresa especializada en alimentos ‘plant-based’ y micoproteína, se reclama la escalabilidad de la producción para conseguir mayor eficiencia. “Si el sector quiere ser realmente competitivo, debe apostar por arraigar toda la cadena de valor -incluyendo materia prima, desarrollo, elaboración industrial y distribución, en España”, acentúa Aliaga, para quien innovación y sostenibilidad son conceptos irrenunciables.

Balance de la última década

El sector de la industria alimentaria ha evolucionado notablemente a lo largo de la última década, especialmente en los últimos años. Por un lado, nos encontramos frente a un consumidor más concienciado con los hábitos saludables y sostenibles, más exigente y preocupado por el origen de los alimentos que consume y por sus efectos, tanto en su propio organismo como en el planeta. Por otra parte, y a nivel industrial, las técnicas productivas están evolucionando muchísimo: el sector de la proteína cárnica es más eficiente que nunca y, al mismo tiempo, están apareciendo alimentos de proteína alternativa que paulatinamente se van consolidando en el mercado, como la proteína vegetal, o que se encuentran en una fase de desarrollo más o menos avanzada, como la micoproteína y la carne celular, entre otras.

Desafíos futuros

Es necesario que el sector del *plant-based* escale la producción y descubra hasta qué punto la globalización del mercado conlleva a la estandarización de los productos o si en entornos locales se opta por una adaptación más local, ya que es importante poder conseguir una escalabilidad de la producción a más volumen que permita ser más eficiente y reducir costes. Si el sector quiere ser realmente competitivo, debe apostar por arraigar la cadena de valor desde la materia prima, el desarrollo, la elaboración industrial y la distribución en España; en este sentido, en Zyrcular Foods ya tenemos la parte de I+D, una planta de producción y una división de distribución, todo en la misma compañía. En definitiva, nos encontramos en un contexto inflacionista en el que las empresas del sector buscamos rentabilidad para seguir reinvertiendo y consolidar el sector de la proteína alternativa, por lo que la viabilidad será mayor si se apuesta por un producto saludable, sostenible y accesible para el consumidor.

Claves de la gestión

En este contexto, es fundamental apostar por un modelo de negocio flexible, que no solo responda a las nuevas formas de entender la alimentación, sino que también se adapte a la situación actual. Y, lo que es más importante, debemos aportar valor; no restar. En

nuestro caso, hemos asumido el incremento de costes sin subir los precios. Somos conscientes de la situación global y, por ello, nos autoimponemos ser eficientes, tener capacidad de anticipación, coberturas de materias primas alimentarias y energéticas, y una posición comercial saludable y competitiva.

Relevancia del factor humano

El factor humano es importante en un sector en desarrollo como es, todavía, el *plant-based*. A pesar de la evolución y el crecimiento de los últimos años, aún nos queda un largo camino por recorrer en el que será necesaria la implicación de muchos profesionales procedentes de distintas áreas. El talento es un capital y se consigue con experiencia y formación. Por ello, el sector más allá de ser atractivo para los jóvenes consumidores también ha de serlo para los jóvenes profesionales de la industria de la alimentación.

Conceptos esenciales

Para Zyrcular Foods, la innovación y sostenibilidad son clave. La sostenibilidad, además de ser uno de los términos primordiales de la alimentación del futuro, es el pilar en el que se sustenta toda nuestra operativa como compañía. Aspiramos a un modelo 100% sostenible, en todos los niveles de nuestra cadena de valor. Somos una empresa responsable y consciente de que la rentabilidad a corto es importante, pero buscamos ser sostenibles empresarialmente como modelo de negocio a medio y largo plazo. Y en cuanto a la innovación, es un estadio primordial en nuestra cadena de valor: estamos presentes a nivel consumidor con *plant-based* y micoproteína, y estudiamos otras formas de proteína alternativa como la carne celular, las algas o los insectos.

