

TENDENCIAS | **MODELOS DE NEGOCIO**

# Carne artificial, una jugosa oportunidad de negocio

El alarmante nivel de consumo de carne genera problemas de **salud y medioambientales**, lo que dispara el atractivo de las 'start up' que desarrollan alternativas, ya sean hamburguesas vegetales o carne cultivada en laboratorio.

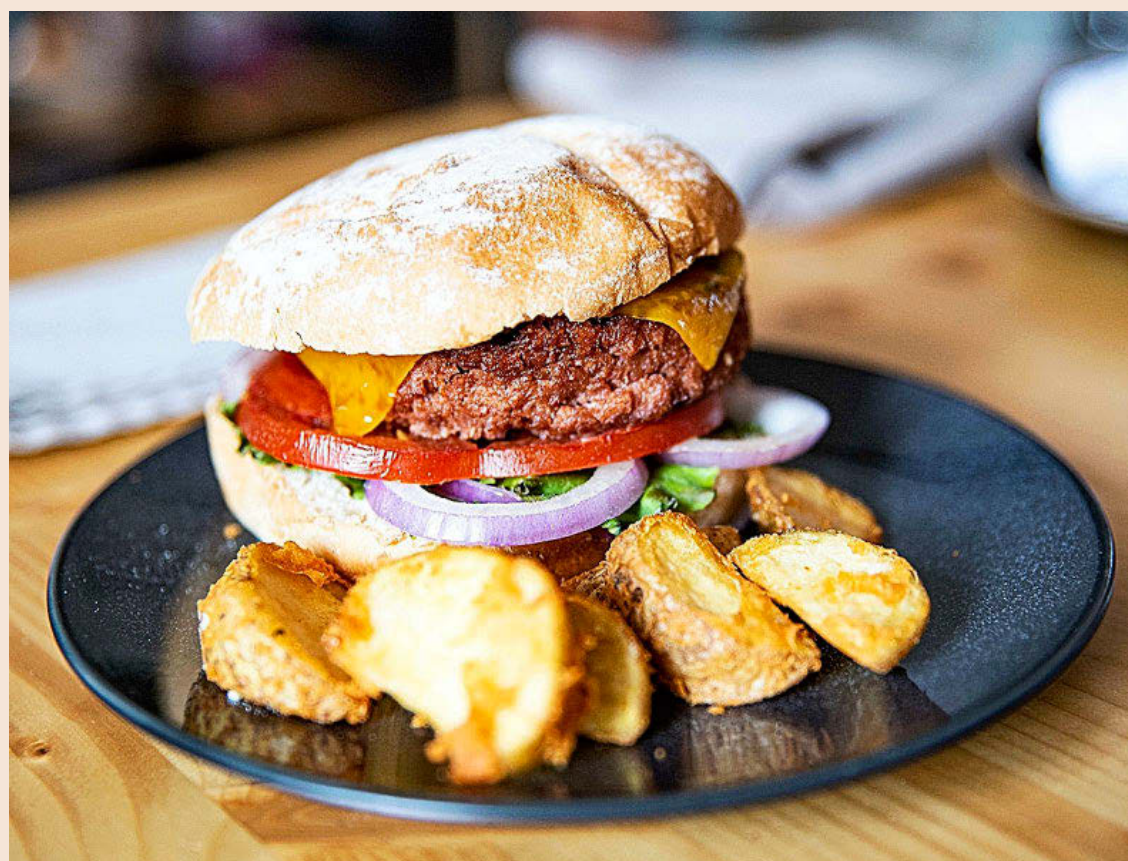
Clarisa Sekulits. Madrid

En mayo del año pasado, Beyond Meat, una *start up* que elabora hamburguesas con ingredientes vegetales, hizo su debut en Bolsa. Nueve meses más tarde vale casi cinco veces más y su capitalización roza, al cambio, los 6.800 millones de euros. ¿Tan buenas están? Aparentemente el sabor es uno de sus grandes aciertos. O al menos su capacidad para imitar el sabor de la carne de verdad. Pero el éxito de Beyond Meat, y el de otras *start up* del sector, no puede entenderse sin analizar un fenómeno global. Y es que el consumo de carne ha alcanzado niveles alarmantes.

## Crece el apetito

Por un lado, la población mundial no para de crecer. A principios de los años 60, éramos 3.000 millones de personas. Hoy somos más del doble. Y además el consumo medio per cápita también se ha duplicado. Concretamente, en España supera los 40 kilos anuales; en Europa, los 80; y en EEUU, los 110. El aumento ha sido drástico en países como China, donde se consume una media de 60 kilos por cápita (hace cincuenta años no se superaban los 5 kilos), según datos de la FAO.

La voracidad del planeta tiene un impacto directo desde el punto de vista medioambiental. La ganadería supone un 14,5% de las emisiones totales del efecto invernadero y acapara dos tercios del suelo de uso agrícola (con el consiguiente consumo de agua). Y las consecuencias se extien-



¿Sabría distinguir una hamburguesa convencional de una vegana? La de la imagen es de la marca Heura y es 100% vegetal.

den también al ámbito de la salud. La OMS recomienda reducir el consumo semanal de carne roja por debajo de los 500 gramos y reducir al mínimo la ingesta de carne procesada.

En este contexto, no es de extrañar que la búsqueda de alternativas al consumo de carne constituya uno de los grandes negocios del futuro.

Este segmento podría mover más de 127.000 millones de euros en la próxima década, según Barclays.

Los inversores son conscientes de ello, lo que ha permitido que las *start up* del sector levanten rondas multimillonarias. Pero no está todo el pescado (o el bistec) vendido. "La oportunidad de mercado va a ser muy im-

portante por lo que hay y va a haber hueco también para otras *start up*", dice Pilar Irigoien, directora general de Sodena (Sociedad de Desarrollo de Navarra), que gestiona la aceleradora agroalimentaria Orizont.

Ante este panorama, la industria cárnica española ya está dando los pasos necesarios para minimizar el

impacto de esta tendencia en su negocio. "Algunas han lanzado productos mixtos con menor contenido en carne, otras están estableciendo alianzas o colaboraciones con empresas con productos sustitutivos", señala Irigoien.

Así, algunas compañías (como la zaragozana Aldelís) están entrando en el capital de *start up* del sector (Biotech Foods), mientras que otras, como la catalana Vall Companys, optan por crear sus propias empresas para introducirse en este mercado (Zyrcular Foods).

## Líneas de negocio

Dentro de este mercado existen dos grandes áreas de negocio. La primera es la fabricación de carne artificial a partir de ingredientes vegetales. Actualmente las *start up* están imitando la carne de vaca (ya sea en formato salchicha, filete o hamburguesa) así como la de cerdo y pollo. Otras compañías buscan emular el sabor y apariencia del pescado (Mimic Seafood) e incluso el huevo (Just Egg). "Estos productos presentan la ventaja de ser más respetuosos con el medio ambiente, pudiendo ayudar en la transición hacia dietas más saludables y sostenibles", explica Anna Bach, profesora de Ciencias de la Salud de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC). "Lo recomendable es reducir el consumo de carne. No es imprescindible adoptar una dieta totalmente vegetariana", añade su colaboradora, Natalia Panadero, graduada en el máster en Nutrición y Salud de la UOC.



Mercedes Vila, cofundadora y CTO de Biotech Foods.

## Filetes libres de enfermedades

¿Se imaginan una hamburguesa sin grasa, más sana, con el mismo sabor (y el mismo precio) que una hamburguesa convencional y además respetuosa con el planeta? Ese es el ambicioso objetivo que se ha marcado **Biotech Foods**, una *start up* guipuzcoana que elabora carne cultivada en el laboratorio. Para ello extrae células animales y les aporta nutrientes vegetales para que el tejido se reproduzca, generando más carne. "De un cerdo

se puede obtener la misma producción que de 2.000", explica Íñigo Charola, CEO de la empresa y cofundador junto a Mercedes Vila. Al limitar el número de animales utilizados, el sistema permite realizar controles más exhaustivos, escogiendo aquellos ejemplares a los que no se ha suministrado antibióticos y minimizando el riesgo de pandemias de origen animal.

El proyecto, que resultó ganador en la categoría de Innovación en los 'Pre-

mios EXPANSIÓN Start Up', comenzó financiándose a través de amigos y familiares (FFF). Posteriormente obtuvo fondos de 'family offices' y el Centro Tecnológico de San Sebastián, y en 2019 dio entrada en el capital a una empresa cárnica.

Uno de los grandes desafíos a los que se enfrenta es vencer la resistencia inicial de algunos consumidores, aunque "la mayoría de la gente está dispuesta a probarlo", dice Charola.