



## SANNUS FOODS, EMBAJADORES del *Plant-Based* en Colombia

*Tras casi dos años en el mercado, Sannus Foods representa las marcas de alimentos a base de plantas más importantes del mercado global y ahora busca expandirse en la región.*

Por: Joan H. Bocanegra G.,  
editor revista IAlimentos

La llegada de las proteínas a base de plantas al mercado colombiano ha sido escalonada. Poco a poco en los anaqueles de las grandes superficies estos productos han ganado un espacio y son cada vez más los que los incluyen en su carro de compras.

Sin duda, uno de los responsables de esta escalada es la compañía Sannus Foods, quien al cierre de 2020 representaba 14 productos de tres marcas internacionales en el mercado nacional: Beyond Meat, Daiya y Arctic Zero, sumando ventas por \$810 mil dólares, lo que le significó un crecimiento de 7,3 veces, frente al año anterior.

Para este 2021, esta compañía sumó a su portafolio Future Farm, Gardein, Bob's Red Mill, Meatless Farm y Earth Balance, siendo embajador de ocho marcas con 52 productos para el cierre del presente año.

Hoy, Sannus Foods, nacida en 2017, distribuye a más de 400 puntos de venta en Colombia, incluidos almacenes Éxito, Cencosud, Olímpica, Macro y más de 160 mercados saludables a nivel nacional, en 44 ciudades, además de construir alianzas con restaurantes a nivel nacional, donde se destaca la cadena de hamburguesas Presto, quien ofrece una opción con proteína Beyond Meat en sus 150 puntos.

IAlimentos conversó con Sebastián Cotes, CEO de Sannus Foods, quien se mostró optimista frente al crecimiento de este mercado en la región, en especial, de la mano del canal institucional, que le han apostado a estas alternativas, ante la demanda de un público creciente.



“Solo en el 2019, en Colombia el crecimiento en ventas fue de cinco veces.”

Sebastian Cotes

CEO de Sannus  
Foods

**IAlimentos:** En la actualidad, ¿cuál es el alcance de la demanda de proteínas a base de plantas en Colombia y en México? ¿A cuánto asciende el mercado en estos momentos?

**Sebastián Cotes:** En Colombia el mercado asciende a unos 3 millones de dólares al año. Por su parte, el mexicano está alrededor de unos 30 millones. Ahora bien, si lo comparamos con el tamaño de la industria cárnica en Colombia, cercano a los 9 billones de dólares al año, no parece significativo, sin embargo, eso es quizás lo más emocionante. Solo en el 2019, en Colombia el crecimiento en ventas fue de cinco veces y eso es lo que por lo menos en Sannus Foods creemos que va a pasar en los próximos cinco años en Latinoamérica: crecimientos exponenciales entre cinco y siete puntos.

**IA:** ¿Cuánto influyó la pandemia en el crecimiento de la demanda y cómo prevén ustedes ese comportamiento?

**S.C.:** Nosotros, de 2019 a 2020, crecimos siete veces y conocemos que, en otras latitudes, como en

Estados Unidos, hubo problemas con la industria cárnica lo cual influyó positivamente. Pero, sin duda, esta coyuntura elevó el nivel de conciencia de los consumidores, quienes empezaron a preguntarse por el origen de su alimentación, donde estas alternativas son un mecanismo para poder atacar la huella de carbono que generamos día a día.

**IA: ¿Dónde se ha visto un mayor crecimiento, en el canal institucional, o es el consumidor final quien ha impulsado la demanda?**

**S.C.:** El top 10 de las cadenas de hamburguesas en Colombia suman 800 puntos de venta, de las cuales el top tres son dueños de 600, que corresponden a El Corral, McDonald's y Presto, siendo esta la primera en haber apostado por este mercado, al lanzar, incluso durante la pandemia, Veggísima, una hamburguesa con proteína Beyond Meat, y que representó un hito al ser la primera cadena de consumo masivo a nivel nacional que dijo que quería poder tener una alternativa mejor para la salud y el medio ambiente.

Por otro lado, en Burger King, la cuarta cadena más grande del país, están vestidos de verde porque lanzaron una opción denominada Veggie Whopper. Esto demuestra que las compañías se están dando cuenta de lo importante que es tener una opción para un creciente grupo de personas que ya no consumen productos de origen animal, pero, sobre todo, y esto es una cifra muy interesante, publicada por la Plant Based Food Association en su último informe, porque el 98 % de las personas que consumen los productos a base de plantas también consumen productos con derivado animal. Esto es muy importante porque la transición se hace primero parcial, en especial, en aquellos que no consumen alimentos de origen vegetal, y esto solamente se logra con productos de la mayor calidad.



**IA: ¿Cómo evalúa el avance que se está haciendo en los diferentes tipos de proteínas (sustitutos de res, pollo, cerdo y mariscos)?**

**S.C.:** En Colombia, la industria de la comida rápida tiene un valor de 1,8 billones de dólares al año, de los cuales el 65 % está en hamburguesas y ni hablar en Estados Unidos, que es mucho mayor. Esto es importante, porque todos los que hacemos parte de la cadena de valor de esta industria buscamos generar el mayor impacto positivo posible, y si lo que más se consume es res, y es en forma de hamburguesa, creemos que en eso debíamos enfocarnos y así ocurrió.

Sin embargo, en muchos medios se dice que el 2021 es el año de la comida de mar de origen vegetal, y ya estamos viendo algunos ejemplos: camarones, atún, no solamente atún en lata, también en filete, y salmón, entre otros. Por nuestra parte, también estamos hablando con varias compañías para poder aliarnos y traerlos a Colombia.

**IA: ¿Cómo las proteínas alternativas podrán alcanzar un precio competitivo, frente a las de origen animal?**

**S.C.:** Nuestro objetivo desde Sanus Foods es buscar esos espacios inexistentes o insuficientes y los mejoramos con más portafolio o con mayor penetración en las diferentes tiendas. Creo que eso, sin

duda alguna, es parte crítica de la disminución de precios de la industria, porque hay un concepto en lo que respecta a la fabricación industrial y en general al movimiento del consumo que son las economías de escala, en las cuales, a medida que un fabricante logre aumentar el volumen de su producción, el costo por gramo producido se reduce escalablemente.

Actualmente, las grandes empresas globales han logrado disminuciones en precios cercanas al 15 %, sin embargo, en países como Colombia, donde la tasa cambiaría también aumenta un 15 %, estas disminuciones no son evidentes. No obstante, los CEO's de todas las grandes empresas han manifestado su intención de que para 2025 las proteínas a base de plantas tengan un precio inferior a las de origen animal.

**IA: En la actualidad, los productos de su portafolio se encuentran en las grandes superficies, sin embargo, ¿han evaluado entrar a los hard discount?**

**S.C.:** Claro que sí, hemos conversado con ellos en varias ocasiones, buscando la manera, pero francamente hay que darle tiempo al tiempo, porque todavía no se tiene la escala necesaria para poder tener productos de esta ingeniería a un precio que valga la pena quitar espacio en la góndola de estos mercados. <sup>(A)</sup>