

INFORME DE TENDENCIAS

ESTUDIO SECTORIAL

AGROINDUSTRIA

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
El sector agroindustria en Extremadura	6
El sector agroindustria en la región Alentejo de Portugal	7
El sector agroindustria en la región Centro de Portugal.....	8
TENDENCIA 1: Polarización del mercado	10
Oportunidad 1.1: Comercialización de productos de marca blanca.	10
Caso de éxito: El 75 por ciento de la producción nacional de tomate es extremeña	11
Oportunidad 1.2: desarrollo de productos de alta gama	12
Caso de éxito: Divinus Gourmet: los infinitos sabores del Alentejo.	13
Caso de éxito: Nueva fábrica de transformación de zanahoria	13
Caso de éxito: QUERCUS enseñará a familias a producir miel en el Alentejo	13
TENDENCIA 2: Innovaciones agrícolas.....	14
Oportunidad 2.1: potenciar la introducción de innovaciones tecnológicas en el campo.	15
Caso de éxito: Investigadores llevarán las tecnologías de Big Data al sector hortofrutícola	15
Caso de éxito: Drones, la herramienta que se volverá 'necesaria' para los campesinos.....	15
Caso de éxito: Esporão y los tractores con gps y computador de a bordo	15
Caso de éxito: Agricultura 4.0 para la mejora del cultivo de calabaza	16
Oportunidad 2.2: respaldar la transformación digital en la agricultura	16
Aplicación 2.2.1: respaldar la digitalización de la agricultura.	18
TENDENCIA 3: Sostenibilidad.....	20
Oportunidad 3.1: ahorro de costes a nivel empresarial.....	21
Caso de éxito: Valorización de subproductos de frutas	22
Caso de éxito: Residuos de eucaliptos que se transforman en fertilizantes y energía	23
Oportunidad 3.2: desarrollo de productos y servicios sostenibles	23
Caso de éxito: Del bosque a tu casa, un proyecto para revitalizar los subproductos forestales.....	24
TENDENCIA 4: Alimentos saludables y funcionales.....	25
Caso de éxito: Etiquetar los alimentos indicando su origen impulsa las economías locales y el desarrollo sostenible	27
Oportunidad 4.1: desarrollo de alimentos para una población envejecida.....	28
Caso de éxito: Nuevos alimentos adaptados al consumidor senior.....	29



Interreg
España - Portugal

Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional



UNIÓN EUROPEA
UNIÃO EUROPEIA



EUROACELERA

Caso de éxito: Comida a domicilio para las personas mayores... y más.....	29
Oportunidad 4.2: desarrollo de alimentos para segmentos de población específicos.....	29
Caso de éxito: Extremadura sacrifica por el rito 'halal' para vender carne a los emiratos	31

INTRODUCCIÓN



La industria agroalimentaria está experimentando un período de cambios considerables en numerosos frentes. Desde el cambio en las preferencias alimentarias de los consumidores (menor consumo de carnes rojas, menor consumo de leche, etc.), los cambios relacionados hacia productos de "etiqueta limpia" (etiquetas nutricionales con menos aditivos), precios bajos sostenibles de los productos básicos para los agricultores, hasta el reciente aumento en el desarrollo y adopción de tecnología digital (Industria 4.0 personalizada para el sector agroalimentario), el sector de agronegocios se encuentra en medio de enormes cambios y tendencias dinámicas, cada vez más rápidas, que continuarán dando forma a cómo se cultivan, crían y producen los alimentos en los próximos años.

La producción de alimentos y la industria agroalimentaria tienen una huella económica, social y ambiental importante: los 5 billones europeos de dólares representan el 10 por ciento del gasto mundial de los consumidores, el 40 por ciento del empleo y el 30 por ciento de las emisiones de gases de efecto invernadero. Si bien las mejoras considerables de la productividad en los últimos 50 años han permitido un suministro abundante de alimentos en muchas partes del mundo, la alimentación de la población mundial resurge como un problema crítico. Si las tendencias actuales continúan, para 2050, la demanda calórica aumentará en un 70 por ciento, y la demanda de cultivos para consumo humano y alimentación animal aumentará en al menos el 100 por ciento. Al mismo tiempo, surgirán más restricciones de recursos: por ejemplo, es poco probable que se satisfaga el 40 por ciento de la demanda de agua en 2030. Ya ahora, más del 20 por ciento de la

tierra cultivable está degradada. Además, la producción de alimentos y energía están compitiendo, ya que el maíz y el azúcar son cada vez más importantes para ambos. Dicha escasez de recursos podría llevar a un descontento político a gran escala si no se atiende. Las tecnologías agrícolas que aumentan la productividad incluso en condiciones difíciles y la adición de tierra para el cultivo en África, Europa del Este y América del Sur pueden aliviar la carga, pero satisfacer toda la demanda requerirá interrumpir la tendencia actual.

Detectada la oportunidad, los inversores estratégicos y financieros están compitiendo para capturar el valor de la innovación tecnológica y las discontinuidades en la alimentación y la agricultura. Desde 2004, las inversiones globales en el sector de alimentos y agronegocios se han triplicado, hasta llegar a más de \$ 100 mil millones en 2013, según datos proporcionados por McKinsey. En promedio, las empresas de alimentos y agronegocios han demostrado rentabilidades financieras totales más altas para los accionistas que muchos otros sectores: la rentabilidad financiera de más de 100 compañías de alimentos y agronegocios que cotizan en bolsa en todo el mundo aumentó un promedio del 17 por ciento anual entre 2004 y 2013, en comparación con un 13 por ciento para la energía y un 10 por ciento para las tecnologías de la información.

Sin embargo, encontrar la oportunidad de inversión correcta no es fácil. La inversión en alimentos y agronegocios requiere un profundo conocimiento de cultivos específicos, geografías y cadenas de valor complejas, que abarcan desde semillas a otros insumos, producción, procesamiento y venta al por menor. Muchas de las oportunidades de inversión relevantes se encuentran en geografías desconocidas para algunos inversores, y su rentabilidad se basa no solo en los rendimientos de los cultivos, sino también en el rendimiento de las diferentes partes de la cadena de valor.

En las regiones que conforman la zona Euroace, la agricultura y la industria agroalimentaria tienen una importancia relativa mayor que en otras zonas. Es muy importante que los productores de la zona se organicen para aprovechar las tendencias que caracterizan a la agricultura en la actualidad, ya que se está convirtiendo en un sector muy tecnificado e intensivo en conocimiento, con grandes contrastes sobre la situación de la mayoría de las explotaciones actuales. Sin duda, grandes oportunidades, pero también, grandes amenazas.

El sector agroindustria en Extremadura



En Extremadura, el peso del sector primario es considerablemente más alto que en el conjunto de España y que en Portugal. En el año 2018¹, el peso relativo de las actividades primarias (agricultura, ganadería, pesca y silvicultura) es del 2,6% en España y del 7,8% en Extremadura; por contra, el peso relativo de las actividades secundarias² (industria y construcción) es respectivamente, del 21,9% y del 20,2 %. La región cuenta con liderazgo europeo en la producción de algunos productos agrarios, como tomate, pimentón y tabaco³. En cambio, el peso de la industria agroalimentaria (dedicada a la transformación, preparación, conservación y envasado de los productos primarios) se encuentra próximo al 2%⁴, lo que hace que exista un amplio recorrido en Extremadura para mejorar tanto los procesos como los productos, aportándoles valor y, en consecuencia, incrementando el beneficio económico.

¹ Fuente: Contabilidad Regional de España - Producto interior bruto a precios de mercado y valor añadido bruto a precios básicos por ramas de actividad- Instituto Nacional de Estadística – España:

http://ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736167628&menu=esultados&secc=1254736158133&idp=1254735576581

² El Instituto Nacional de Estadística portugués no ofrece datos desagregados de las actividades secundarias, como si hace el Instituto Nacional de Estadística español. Por ello, en el presente documento se agruparán las actividades secundarias, para que sean comparables los datos de la región española de Extremadura con los de las regiones portuguesas Centro y Alentejo.

³ Fuente: RIS3 – Extremadura: <https://www.fundecyt-pctex.es/estrategia/ris3extremadura.pdf>

⁴ Idem anterior

Para el sector agroindustrial, la RIS3 de Extremadura, "pone de manifiesto la necesidad de incrementar el valor añadido de la producción basado en la diferenciación en calidad y salud de los productos regionales; y desarrollar nuevos productos vinculados a la salud y el bienestar, teniendo en cuenta la sostenibilidad y eficiencia energética de la producción y de las actividades, el acceso y desarrollo de tecnología agroindustrial que permita mejorar la productividad, la adaptación a los marcos legales internacionales y la garantía de la seguridad alimentaria en la cadena de producción, transformación y post-procesado"⁵.

El sector agroindustria en la región Alentejo de Portugal



En la región Alentejo de Portugal, el peso del sector primario es considerablemente más alto que en el conjunto de España y que en Portugal. En el año 2017⁶, el peso relativo de las actividades primarias (agricultura, ganadería, pesca y silvicultura) es del 2,3% en Portugal y del 9,8% en Alentejo; por contra, el peso relativo de las actividades secundarias (industria y construcción) es respectivamente, del 22,4% y del 27,3 %.

⁵ Idem anterior

⁶ Fuente: Proporción del valor añadido bruto (Base 2011 - %) por Localización geográfica (NUTS - 2013) y Rama de actividad (A3); Anual – INE - Portugal, Cuentas económicas regionales

Según la RIS3 de la región: "se dan condiciones edafo-climáticas que propician circunstancias impares para la obtención de buenas producciones agrícolas, ganaderas y forestales competitivas, en particular, productos de la dehesa, corcho, viña, olivares, productos hortofrutícolas, cultivos bioenergéticos y ganadería extensiva. Estas actividades, en particular, la producción de corcho y de pequeñas cadenas de valor, aprovechan la multifuncionalidad de los sistemas agro-forestales en grandes fincas, del territorio regional. Destaca, también, una ocupación forestal de aproximadamente 42% del territorio regional, con significativa presencia de áreas de alcornoque y encinas"

El sector agroindustria en la región Centro de Portugal



En la región Centro de Portugal, el peso del sector primario es más alto que en el conjunto de España y que en Portugal, pero sin alcanzar los elevados pesos relativos que si tiene en Alentejo y Extremadura. En el año 2017⁷, el peso relativo de las actividades primarias (agricultura, ganadería, pesca y silvicultura) es del 2,3% en Portugal y del 3,6% en Centro; por contra, el peso relativo de las actividades secundarias (industria y construcción) es respectivamente, del 22,4% y del 29,5 %.

Según la RIS3 de la región: "en su conjunto, los sectores de la agricultura, producción animal, pesca, acuicultura e industrias alimentarias representan un 7% del total del VAB regional, valor significativamente por encima del patrón nacional. La silvicultura y la

^{7 7} Fuente: Proporción del valor añadido bruto (Base 2011 - %) por Localización geográfica (NUTS - 2013) y Rama de actividad (A3); Anual – INE - Portugal, Cuentas económicas regionales



Interreg
España - Portugal

Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional



EUROACELERA

explotación forestal en la Región Centro representan casi mitad del VAB sectorial del país, pero es en las ramas industriales relacionados con esta cadena de valor que mejor se identifica la importancia de la Región Centro, con la fabricación de pasta, de papel y de cartón y las industrias de la madera y de la corteza, que representan casi un 5% del VAB de la Región Centro (cuando pesan sólo 2% del total del país). Se destacan también las relaciones con el sector de la construcción y, más recientemente, con el de la bioenergía⁸

⁸ Fuente: RIS3 do Centro de Portugal 2020 Estratégia de Investigação e Inovação para uma Especialização Inteligente: <http://ris3.ccdrc.pt/index.php/component/edocman/7-caderno-e-o-contexto-regional-e-o-potencial-de-inovacao-para-as-aposas-da-ris3-do-centro-inclui-um-glossario-e-uma-lista-de-acronimos-outubro-de-2016/download>

TENDENCIA 1: Polarización del mercado

Como toda tendencia tiene su contratendencia, a la expansión de la marca blanca de la distribución y de las tiendas de descuento (tendencia que según muchos expertos ha llegado ya a la fase estacionaria en España), se contraponen la existencia de otro segmento de mercado diferenciado situado en el extremo contrapuesto a los productos de bajo coste y baja diferenciación: productos con capacidad para diferenciarse, sea por su origen o métodos de producción [1] o por otras circunstancias que estimulen a los clientes a pagar los incrementos de precio que suelen conllevar.

[1] Referencia: Aumentan las primas de precio en los productos orgánicos

URL: <https://www.foodprocessing.com/industrynews/2019/organic-price-premium-shrinking/>

Fuente: Food Processing

Fecha: 04/02/2019

Extracto: Los precios por unidad de los alimentos ecológicos fueron el pasado año un 7,5% más elevados que los no orgánicos, descendiendo desde el 9% de sobreprecio en 2014. Los precios oscilan de forma importante entre las diferentes categorías de productos, con los productos frescos con las primas más bajas, y la leche ecológica y los huevos con las más altas, hasta un 86% para los huevos. La oferta de productos orgánicos está aumentando, a medida que las tiendas de alimentación convencionales e incluso las de descuento están ampliando sus gamas. Y la demanda de los consumidores aún crece más rápido. Las ventas de bienes de consumo ecológicos aumentaron un 9% el año pasado, con un 88% de los hogares que las compran, siendo los millennials con niños pequeños el segmento más activo (datos de Nielsen válidos para el mercado USA).

Oportunidad 1.1: Comercialización de productos de marca blanca.



Aunque fabricar para terceros tiene sus riesgos, entre los cuales el más importante puede ser la pérdida de control sobre el futuro de la empresa, no es menos cierto que una fuerte alianza con una o más marcas de distribución potentes, puede impulsar grandes crecimientos en las industrias alimentarias, ya que, con la marca blanca, los fabricantes pueden concentrarse en eso que precisamente mejor saben hacer: fabricar y beneficiarse de los crecimientos de las cadenas de distribución para las que trabajan [2].

La fabricación de marcas blancas también puede permitir a los fabricantes diferenciar sus unidades de negocio: unas dedicada a productos estándar, con márgenes pequeños y elevada rotación y otras a productos diferenciados, con mayor margen unitario, pero menor volumen de ventas.

[2] Referencia: Mercadona abre en Portugal con una inversión de 260 millones
URL:

<https://www.expansion.com/empresas/distribucion/2019/07/01/5d1a43db468aeb5b038b459c.html>

Fecha: 02/07/2019

Fuente: Expansion

Extracto: Estas tiendas serán atendidas desde la plataforma logística de más de 50.000 metros cuadrados que la empresa española está construyendo en Póvoa de Varzim El objetivo para este año es alcanzar las diez aperturas que incluirán además de Oporto los alrededores de Braga y Aveiro, en el norte y centro del país.

Caso de éxito: El 75 por ciento de la producción nacional de tomate es extremeña

URL: <https://www.hoy.es/v/20131006/regional/ciento-produccion-nacional-tomate-20131006.html>

Fuente: Hoy Extremadurar

Extracto: Tomcoex inició su andadura en 2007 en la elaboración de productos para el consumidor final. Sin embargo, el primer bote de tomate que salió de su fábrica de 80.000 metros cuadrados tuvo que esperar hasta finales de 2010. Desde entonces elaboran tres tipos de productos (triturado, frito y ketchup) en tres líneas de envasado (lata, brik y plástico o vidrio) y tienen capacidad para transformar entre 40 y 50 millones de kilos. Esto en unidades se traduce en 100 millones al año que se reparten en tomate frito un 50%, en triturado un 40% y en ketchup un 10%. «Hacemos muchas de las marcas blancas que se pueden comprar en supermercados tanto de España como de Francia y Portugal», indica su director.

Oportunidad 1.2: desarrollo de productos de alta gama



La gastronomía ha adquirido notable importancia sobre todo en los últimos años. Actualmente los productos gourmet son parte de nuestra compra y muestra de ello es que prácticamente todos los supermercados cuentan con un espacio gourmet donde se pueden encontrar alimentos y bebidas prémium [3], que ofrecen un plus de calidad al consumidor, sin olvidar la proliferación de tiendas gastronómicas.

El desarrollo de estos mercados se ve facilitado por las facilidades de comercialización y distribución a través de internet y por las tecnologías de conservación de los alimentos, que facilitan, por ejemplo, la puesta en mercado de preparaciones locales muy valoradas culturalmente.

[3] Referencia: Los productos gourmet son ya parte de nuestra compra
URL: <https://www.alimarket.es/alimentacion/noticia/293378/fernando-balmaseda--gourmets---los-productos-gourmet-son-ya-parte-de-nuestra-compra->

Fecha: 19/02/2019

Fuente: Alimarket

Extracto: Según un informe elaborado por Nielsen en 2017 estos productos crecieron un 6% frente a los convencionales ya que aportan confianza, están dispuestos a pagar más por un producto elaborado con buena materia prima y que ha superado rigurosos controles para garantizar la máxima calidad sensorial. Es fundamental apoyar al producto gourmet en detrimento de la marca de distribución.

Caso de éxito: Divinus Gourmet: los infinitos sabores del Alentejo.

URL: <https://www.ambitur.pt/divinus-gourmet-os-infindaveis-sabores-do-alentejo/>

Fuente: Ambitur

Extracto: En el centro de Évora, cerca de la conocida Capela dos Ossos, la tienda Divinus Gourmet invita a experimentar los infinitos sabores de Alentejo reconocidos a lo largo de los tiempos, por sus inigualables mezclas de sabores, saber y arte. Aquí se comercializan vinos y otros productos gourmet, esencialmente alentejanos, desde embutidos a chocolates, compotas, licores, aceites o bizcochos, entre otros.

Caso de éxito: Nueva fábrica de transformación de zanahoria

URL: <https://www.vidarural.pt/agroindustria/nova-fabrica-de-transformacao-de-cenoura-vai-criar-183-postos-de-trabalho-em-almeirim/>

Fuente: Vida Ruralt

Extracto: 52- Fresh va a crear una nueva unidad de transformación de zanahorias pequeñas para exportación en Almeirim. Según la Cámara Municipal de Almeirim, esta unidad resulta de una inversión de 50 millones de euros y viene a crear 183 nuevos puestos de trabajo en la región ribatejana. La nueva unidad de 52- Fresh producirá snacks saludables, entre los cuales figuran envases de varias dimensiones de zanahorias bebé.

Caso de éxito: QUERCUS enseñará a familias a producir miel en el Alentejo

URL: <https://www.tribunaalentejo.pt/artigos/quercus-vai-ensinar-familias-produzir-mel-no-alentejo>

Fuente: Tribuna Alentejo

Fecha: 06/02/2019

Extracto: QUERCUS, ADERAVIS - Associação para o Desenvolvimento Rural e Produções Tradicionais do Concelho de Avis y el Grupo Jerónimo Martins, están organizando un ciclo de formaciones de apicultura para no apicultores que deseen hacer colmenas para producción familiar de miel y otros productos de la colmena para consumo propio. A la vez que se enseña a las personas a hacer miel y a cuidar de las abejas, el programa busca sensibilizar las personas para la importancia de la conservación de los insectos polinizadores. La formación enseña a conocer la vida social de las abejas y su biología, los diversos productos que se pueden obtener con la cría de abejas, todos los materiales y equipamientos necesarios a esta actividad y la conducción de las colonias de abejas a lo largo del año, entre otros aspectos relacionados con la producción de miel.

TENDENCIA 2: Innovaciones agrícolas



La agricultura no es una excepción y, al igual que está ocurriendo en muchas otras actividades productivas, la tecnología está cambiando la manera tradicional de ejecutar las operaciones agrarias. La imagen idílica de un agricultor con una azada desbrozando la tierra y plantando semillas, está dejando paso a la aparición de profesionales que manejan datos, tecnologías, drones y robots. Sensores, grandes volúmenes de datos, aplicaciones móviles y la gestión inteligente de la energía y el agua [4] serán las principales tecnologías motoras del cambio en las próximas décadas.

[4] Referencia: Comportamiento de las nuevas variedades alternativas de cebada
URL: <https://www.innovagri.es/investigacion-desarrollo-inovacion/comportamiento-de-las-nuevas-variedades-alternativas-de-cebada.html>

Fuente: Innovagri

Fecha: 13/08/2018

Extracto: Si bien el cereal tradicional producido mayoritariamente en regadío ha sido hasta ahora el trigo blando, la irrupción en nuestro mercado de nuevas variedades de cebada de alto potencial productivo, junto a la disminución progresiva del diferencial del precio de comercialización del trigo respecto al de la cebada, están haciendo aumentar significativamente la superficie de esta última en nuestros regadíos. El incremento de los rendimientos agrícolas en los últimos años ha sido, sin embargo, espectacular. En estas últimas campañas, por ejemplo, no han sido pocos los agricultores que han superado las 10 T/Ha de producción de cebada en los regadíos del Valle de Ebro. Buena parte de este

importante crecimiento en los rendimientos es debido al nuevo material vegetal cultivado. Se estima que la aportación de la mejora genética al incremento de la producción agrícola en conjunto es del 80%, correspondiendo el 20% restante a la aportación en el mismo sentido de fertilización, protección fitosanitaria, mecanización, etc.

Oportunidad 2.1: potenciar la introducción de innovaciones tecnológicas en el campo.

En la actualidad, la tecnología proporciona a los agricultores de todo el mundo métodos y herramientas de vanguardia, diseñados para aumentar la productividad y crear una agricultura segura y sostenible.

Caso de éxito: Investigadores llevarán las tecnologías de Big Data al sector hortofrutícola
URL: <http://www.cooperativasextremadura.es/noticias/comunicacion/915-investigadores-llevaran-las-tecnologias-de-big-data-al-sector-hortofruticola.html>

Fuente: Cooperativas Extremadura

Extracto: El grupo operativo IoT RUR tiene como objetivo el desarrollo de estrategias para la digitalización del sector hortofrutícola, identificando las barreras para la implantación tecnológica y desarrollando soluciones a medida que aporten herramientas a los sectores productor y comercializador para mejorar la competitividad y su posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales. Con la formación de este grupo se pretende aplicar las tecnologías de Big Data y del internet de las cosas (IoT) a la digitalización del sector hortofrutícola español, ya que dichas tecnologías pueden aportar una solución a los retos actuales del sector productor entre los que se encuentran la sostenibilidad de la producción agraria por un uso más eficiente de los recursos y el incremento de la productividad, bajo un entorno de cambio climático y mercados globalizados.

Caso de éxito: Drones, la herramienta que se volverá 'necesaria' para los campesinos

URL: <http://agriculturers.com/drones-la-herramienta-que-se-volvera-necesaria-para-los-campesinos/>

Fuente: agriculturers.com

Extracto: El uso de la tecnología en la agricultura para el monitoreo de cultivos puede significar un ahorro de 30 por ciento en insumos y generar aumentos en la producción de entre 8 y 12 por ciento para el agricultor. Luxelare es una startup de agrotecnología que emplea el uso de drones y otras herramientas para empoderar a los agricultores con información útil que les beneficia en la toma de decisiones y les brinda mayor certeza del avance en sus cultivos.

Caso de éxito: Esporão y los tractores con GPS y computador de a bordo

URL: <https://www.dinheirovivo.pt/empresas/galeria/drones-e-robos-ja-sao-habituais-nas-vinhas-para-ajudar-a-aperfeicoar-a-qualidade/>

Fuente: Dinheiro Vivo

Extracto: En Alentejo la mecanización es sencilla, debido al tipo de terreno. Pero, ni por eso, en Esporão se pretende usarla de forma indiscriminada; más bien al contrario. El director agrícola garantiza que la empresa usa toda la tecnología disponible, pero que, en lo que concierne a los recursos humanos, el objetivo es mantener las personas, formándolas y adaptándolas a la nueva realidad. Con 115 trabajadores a tiempo completo en el área agrícola, Esporão es el mayor empleador de la región y, por eso, asume su gran preocupación social. Pero no falta tecnología en Esporão, desde el recurso a los drones para el mapa de vigor de la viña con infrarrojos (NDVI), a los tractores con GPS y ordenador de a bordo, la empresa hace una aplicación diferenciada de fertilizantes y de los tratamientos fitosanitarios en función de las necesidades de las plantas. Es bueno para la economía de la empresa y el entorno lo agradece.

Caso de éxito: Agricultura 4.0 para la mejora del cultivo de calabaza

URL: <https://ift.tt/2zzNn7X>

Fuente: Ainia

Extracto: Ainia, centro tecnológico especializado en alimentación, ha desarrollado un sistema orientado a la toma de decisiones en la recolección para garantizar una menor degradación de la calidad de las calabazas durante su preservación, lo cual permitirá mejorar los beneficios de los agricultores y aumentar la demanda del producto, ya que se podrán atender con mayor margen de actuación las fluctuaciones de demanda. Esta técnica se podría aplicar a otros productos con características similares.

Oportunidad 2.2: respaldar la transformación digital en la agricultura



Sin embargo, al igual que está ocurriendo en el resto de sectores económicos, la penetración masiva de tecnologías digitales [5] está provocando una revolución en la manera de producir y comercializar productos agrícolas, que no consiste en incorporar tecnologías aisladas, sino en ver cómo todas ellas conjuntamente pueden facilitar nuevas formas de proporcionar valor al cliente.

Así, movimientos como la genética de código abierto [6], plataformas [7] para el uso de algoritmos y el análisis de grandes volúmenes de [8] y nuevas formas de relación productor-consumidor [9], pueden acarrear cambios muy significativos en el sector agrícola.

[5] Referencia: Estas tecnologías están cambiando al campo en formas sorprendentes

URL: <http://agriculturers.com/estas-tecnologias-estan-cambiando-al-campo-en-formas-sorprendentes/>

Fuente: agriculturers.com

Fecha: 24/07/2017

Extracto: De la misma forma que se espera que los automóviles no tripulados cambien la manera en que nos transportemos, la tecnología inteligente en el campo revolucionará la forma en que cultivamos los alimentos que consumimos. Los agricultores ya plantan, desmalezan, y cosechan sus cultivos con la ayuda de maquinaria sofisticada. Pero estas máquinas, incluyendo enormes tractores y cosechadoras guiados por satélites, están por volverse mucho más inteligentes y más capaces. Uno de estos avances permitirá a las máquinas trabajar de forma autónoma. Eliminar al conductor permite recortar costes de mano de obra, por supuesto. Pero también ayuda a asegurar que los cultivos no se dejen pudrir en el campo debido a la falta de personas para cosecharlos a los precios que los agricultores puedan pagar.

[6] Referencia: Ya puedes 'programar' tomates a tu gusto: llega el código abierto para las semillas

URL: <http://agriculturers.com/ya-puedes-programar-tomates-a-tu-gusto-llega-el-codigo-abierto-para-las-semillas/>

Fuente: agriculturers.com

Fecha: 05/07/2017

Extracto: El proyecto Open Source Seeds o semillas de código abierto, una iniciativa puesta en marcha por científicos de la Universidad de Gotemburgo, Suecia, y de la escuela de agricultura de Dottenfelderhof, en Alemania, busca replicar el fenómeno del software "open source" en el campo de las semillas, creando una licencia abierta. Nada de patentes que concedan la exclusividad de una determinada variedad a la empresa que la desarrolló. Con esta idea, las semillas desarrolladas están al alcance de cualquiera que quiera estudiarlas, mejorarlas, venderlas, cultivarlas o hacer lo que quiera con ellas. A cambio, todos los desarrollos que salgan de esta iniciativa deben estar igualmente al alcance de quien venga detrás. Se trata de adaptar la licencia Creative Commons, habitual en muchos contenidos que circulan por internet, al mundo de las semillas: eres libre de replicar y modificar, pero tus resultados deben estar sometidos a las mismas condiciones.

[7] Referencia: Evolución de la agricultura hacia la transformación digital

URL: <http://www.iaqua.es/blogs/gabriel-sevillano-jimenez/evolucion-agricultura-transformacion-digital>

Fuente: Iagua

Fecha: 18/03/2019

Extracto: Ya existen plataformas digitales como Agrology y otras soluciones innovadoras que ofrecen directamente al agricultor la posibilidad de obtener información a través de analíticas, teledetección o tensiómetros de humedad. De esta manera, es posible optimizar los consumos de agua y energía y tomar decisiones que aumenten el rendimiento de sus cosechas.

[8] Referencia: Digital agriculture: helping w to feed a growing world

URL: <https://consulting.ey.com/digital-agriculture-helping-to-feed-a-growing-world/>

Fuente: Ernst & Young

Fecha: 26/02/2017

Extracto: El sector agrícola está empezando a aprovechar el potencial que los grandes volúmenes de datos pueden aportar a la operativa. Se están creando software y algoritmos para aprovechar los datos, aumentar los rendimientos, mejorar la rentabilidad de las fincas y aumentar la sostenibilidad de las granjas. Y los inversores están tomando nota. Según AgFunder, más de 4,6 mil millones de dólares americanos se han invertido en tecnología agrícola durante 2015. Gran parte de esta inversión es en software y tecnología para permitir la agricultura digital, una combinación de datos y algoritmos que ofrece recomendaciones específicas a nivel de microparcela. Por ejemplo, mientras que la mayoría de los agricultores toman su decisión para plantar una variedad de semillas en campos con extensión total alrededor de 40 acres (1 acre equivale a 4.047 metros cuadrados), la agricultura digital permite identificar y sembrar la "variedad de semilla óptima" en cada metro cuadrado del campo.

[9] Referencia: Blockchain en agricultura y suministro de alimentos valdrá \$430 millones

URL: <http://agriculturers.com/informe-blockchain-en-agricultura-y-suministro-de-alimentos-valdra-430-millones/>

Fuente: agriculturers.com

Fecha: 05/10/2018

Extracto: La demanda de transparencia en las cadenas de suministro agrícolas y de alimentos impulsarán la inversión de los actores del sector en tecnologías de cadena de bloques, o blockchain, para permitir una trazabilidad completa y absoluta de cualquier alimento. Un informe escrito por Reportlinker "Blockchain: El pronóstico del mercado agrícola hasta 2023" prevé que el sector crezca de su valor actual de \$60,8 millones a 429,7 millones a una tasa de crecimiento anual compuesta del 147,8%!

Aplicación 2.2.1: invertir en la digitalización de la agricultura.

Se puede fomentar la inversión en tecnología y transformación agraria, por ejemplo, mediante mecanismos de capital riesgo privado, ya existentes en otros países [10].

[10] Referencia: Why VCs are embracing AgriTech

URL: <https://www.uktech.news/news/industry-analysis/why-vcs-are-embracing-agritech-20180917>

Fuente: UK Tech

Fecha: 17/09/2018

Extracto: Alimentar al planeta de manera más efectiva es una oportunidad que puede crear un enorme valor para los empresarios, inversores y corporaciones, así como para el planeta mismo. El capital de riesgo está aprovechando esta oportunidad, ya que, según AgFunder, el sector ha invertido 10,1 millones de dólares en 2017.

TENDENCIA 3: Sostenibilidad



Para realmente mejorar el sistema de alimentación y uso de la tierra, el progreso poco sistemático obtenido hasta la actualidad debe convertirse rápidamente en un esfuerzo global para abordar los desafíos de manera integrada y sistémica, a gran escala. Una prioridad de primer orden es cerrar la frontera forestal de una vez por todas, mediante una combinación de medidas que incluyen la reforma de la propiedad de la tierra, el fortalecimiento de las áreas protegidas y las reservas de los pueblos indígenas, la aplicación efectiva de la ley y medidas para garantizar que el desarrollo agrícola se realiza en tierras no boscosas y degradadas [11]. Los esfuerzos para dotar de más 'transparencia radical' a los sistemas de alimentación [12] y uso de la tierra, también necesitan ser rápidamente escalados. La transparencia, trazabilidad y legalidad mejoradas [9], habilitadas por imágenes de satélites y otras tecnologías, ahora es más factible que nunca gracias a herramientas como *Global Forest Watch* y *Trase*. La publicación y divulgación de datos detallados sobre las cadenas de suministro de los negocios y comercios agrícolas son necesarias para mejorar la transparencia financiera [13] y acelerar de forma significativa las acciones que las empresas y los inversores puedan acometer.

[11] Referencia: La conservación de la naturaleza como una herramienta contra la despoblación rural

URL: <http://www.redr.es/es/cargarAplicacionNoticia.do?identificador=31604>

Fuente: Red Española de Desarrollo Rural

Fecha: 27/12/2018

Extracto: La Red Española de Desarrollo Rural (REDR), organización que representa a casi 200 grupos de desarrollo rural en España, y el Ministerio para

la Transición Ecológica han puesto en marcha un grupo de trabajo conjunto para desarrollar propuestas para combatir el despoblamiento rural con medidas de conservación de la naturaleza, la cual se considera vital para el desarrollo equilibrado de un territorio. Mantener una naturaleza en un buen estado de conservación es una condición necesaria para poder desarrollar actividades económicas a ella vinculadas, resultando, por tanto, clave para asentar la población rural. Al mismo tiempo, sin una población rural consolidada no es posible mantener la naturaleza, ni extraer rendimiento económico de ella.

[12] Referencia: Comer más sano para salvar el planeta

URL: <http://naider.com/comer-mas-sano-para-salvar-el-planeta/>

Fuente: Naider

Fecha: 23/09/2018

Extracto: El cambio a una dieta más sana, con menor consumo de carne, es una situación “win-win” para el medio ambiente, de acuerdo a un nuevo estudio publicado por la revista Nature Sustainability. Incluso sin renunciar por completo a la carne, podemos reducir nuestro consumo de agua individual al menos un 10%, tal como recoge BBC News. La adopción de una dieta con una proporción saludable de carne puede reducir el consumo de agua entre un 11% y un 35%. Una dieta pescetariana sana (vegetariana + pescados y mariscos) rebajaría la huella hídrica entre el 33% y el 35%, y una dieta vegetariana sana, entre el 35% y el 55%.

[13] Referencia: Informe: Food and Land Use

URL: <https://newclimateeconomy.report/2018/food-and-land-use/>

Fuente: The New Climate Economy

Fecha: 2018

Extracto: Estudios recientes han demostrado que el desarrollo de modelos alimentarios y de uso de la tierra sostenibles podría representar más de 2.300 millones de dólares y proporcionar más de 70 millones de empleos en el año 2030.

Oportunidad 3.1: ahorro de costes a nivel empresarial.

Para sobrevivir a largo plazo, las organizaciones deben diseñar soluciones a la escasez de recursos y a los desafíos ambientales desde sus estrategias y modelos operativos. Esta actitud permitirá a las empresas crear las nuevas capacidades e innovaciones que necesitan para mantener bajo control sus costes y beneficios.

A nivel empresarial, el camino hacia la economía circular, unido a la consecuente mejora de resultados que trae consigo el aprovechamiento de residuos, empuja a las empresas agroalimentarias a buscar, mediante nuevas tecnologías, posibilidades de aprovechamiento a los subproductos o residuos que se generan actualmente en procesos agroalimentarios, en forma de compuestos con aplicación en los sectores de nutrición,

salud y/o cosmético. Otras posibilidades abarcan el consumo de fertilizantes, agua [14], electricidad [15] y mejoras en el transporte de alimentos [16].

[14] Referencia: La innovación comienza aquí

URL: <https://www.librosdecabecera.com/la-innovacion-comienza-aqui>

Fuente: La innovación comienza aquí

Fecha: 2016

Extracto: La cadena de suministro en la agricultura que despliegan las compañías alimentarias depende fuertemente de uno de los recursos peor gestionados del mundo: el agua. Si las prácticas actuales continuasen, la escasez de agua podría reducir la cosecha mundial de cereales en las próximas dos décadas tanto como la producción entera de India y Estados Unidos juntos.

[15] Referencia: ¿Cuánto le cuesta a una pyme agroalimentaria mejorar su eficiencia energética?

URL: <https://www.ainia.es/pa/notas-prensa/pyme-agroalimentaria/>

Fuente: Ainia

Fecha: 28/01/2019

Extracto: En la industria agroalimentaria, el consumo de energía suele ser una parte importante de los gastos de explotación, ya que se emplea de forma masiva en muchos procesos de transformación y conservación de alimentos. Según estudios elaborados por Ainia, en Europa, el sector agroalimentario podría ahorrar más de 4.400 Gwh al año, unos 600 millones de euros, con medidas de eficiencia energética. El principal obstáculo para introducir estas medidas en la industria es la falta de fuentes de financiación adecuadas para este tipo de proyectos.

[16] Referencia: Cómo hacer sostenibles los envases del futuro: Reciclaje, bioplásticos y huella ambiental

URL: <https://www.ainia.es/tecnoalimentalia/tecnologia/como-hacer-sostenibles-envases-futuro/>

Fuente: Ainia

Fecha: 27/09/2018

Extracto: En la comercialización de productos agroalimentarios gourmet, los envases y embalajes juegan un papel fundamental, ya que, en muchas ocasiones, representan el primer punto de contacto con el cliente. En la actualidad, con aún más relevancia en segmentos premium, los envases y embalajes deben también mostrar como el producto se obtiene y comercializa en una cadena de valor con impacto ambiental mínimo. En el artículo que se enlaza se describen con detalle los últimos avances en materiales para envases y embalajes ecológicos, con avances que van desde nuevos biopolímeros obtenidos a partir de productos o residuos agrícolas, hasta la reciclabilidad del film transparente multicapa.

Caso de éxito: Valorización de subproductos de frutas

URL: <https://www.ainia.es/tecnoalimentalia/tecnologia/green-technologies-economia-circular-fsc/>

Fuente: Ainia

Extracto: Un ejemplo es el proyecto "Valorización de subproductos de frutas para el desarrollo de Ingredientes Eficientes y Naturales para la Industria Alimentaria", que, desarrollado en cooperación entre Zukán, Agroindustrial Kimatec y Dulces y Conservas Helios, con Ainia como centro tecnológico, persigue valorizar los residuos del procesado de fruta (destríos, huesos, condensados,...) para desarrollar ingredientes bioactivos (pectinas, fracciones aromáticas, compuestos antioxidantes,...) de alto valor añadido que puedan ser utilizados en el desarrollo de bioproductos saludables aplicables a la alimentación humana.

Caso de éxito: Residuos de eucaliptos que se transforman en fertilizantes y energía

URL: <https://www.energias-renovables.com/biogas/residuos-de-eucaliptos-que-mutan-en-fertilizantes-20181101>

Fuente: energiasrenovables.com

Extracto: Una planta piloto ubicada en Tineo (Asturias), financiada dentro del programa LIFE de la Unión Europea, ha conseguido transformar biomasa procedente de residuos forestales, fundamentalmente residuos de eucalipto, en biochar, un carbón vegetal que se emplea como aporte orgánico a los suelos, y energía eléctrica, mediante un proceso de pirólisis. Aunque se trata de una planta piloto, los resultados son esperanzadores, ya que se consigue transformar un subproducto de la explotación forestal del suelo en un producto de consumo para la agricultura, produciendo, además, energía que puede utilizarse para el riego o para otro tipo de procesos agrícolas intensivos en energía, acercándonos un paso más a la siempre lejana idea de la economía circular.

Oportunidad 3.2: desarrollo de productos y servicios sostenibles



Interreg
España - Portugal

Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional



EUROACELERA

Recientemente, la ecología y los negocios han ido acercando sus anteriormente incompatibles posturas. La ecología ha entendido que la economía es la base de nuestras modernas sociedades, y los negocios empiezan a asumir que el uso de recursos naturales no renovables tiene un coste social que, aunque pueda ser que no esté repercutido en la actualidad en forma de impuestos o tasas disuasorias, debe tenerse en cuenta, puesto que los consumidores empiezan a penalizar en sus decisiones de compra el uso de recursos no renovables. Además, conseguir mayor sostenibilidad ambiental reduce los costes, ya que las empresas terminan reduciendo sus consumos de materias primas, energía, etc. Además, el proceso genera ingresos procedentes de productos mejores y capacita a las empresas para realizar nuevos negocios. De hecho, y puesto que éstos son los objetivos de la innovación corporativa, nos encontramos con que las empresas inteligentes consideran la sostenibilidad como la nueva frontera de la innovación.

Caso de éxito: Del bosque a tu casa, un proyecto para revitalizar los subproductos forestales

URL: <http://www.redr.es/es/cargarAplicacionNoticia.do?identificador=31410>

Fuente: Red Española de Desarrollo Rural

Extracto: Un grupo de mujeres de Orea (Guadalajara), respaldadas por Ruralvity una plataforma de impulso a emprendedoras, ha conseguido poner en valor productos tradicionales del bosque, productos de alto valor, excelente calidad y que resultan realmente únicos, ya que se obtienen de una naturaleza cuidada y respetada, en la que todas las partes contribuyen al sostenimiento de las demás. La ganadería extensiva, de oveja, cabra y vaca contribuye a mantener el bosque saludable, el cual, a su vez, proporciona productos micológicos, miel y otras delicias naturales, que, a su vez, contribuyen a sostener a las familias que posibilitan mantener la ganadería tradicional. Toda una forma de vida que debe ser valorada en lo que realmente significa: el futuro del mundo rural.

TENDENCIA 4: Alimentos saludables y funcionales



En los últimos años, las empresas alimentarias han ampliado sus objetivos y ámbitos de actuación, para ofrecer productos más sanos [17], basados en la nutrición personalizada, incluso diseñados para mejorar la calidad de vida o la salud de los consumidores [18].

Ahora se buscan productos más naturales y saludables y, al mismo tiempo, que sorprendan y sean nuevos. La innovación en este campo es continua. De forma constante aparecen informes y estudios que identifican nuevos lanzamientos con mayor o menor éxito de aceptación. Para el sector agroalimentario supone una gran oportunidad para conquistar nuevos mercados. Pero, para lograrlo se hace necesario apostar por la innovación de producto [19], tanto en ingredientes [20], procesos de producción [21], receta o envases.

[17] Referencia: Alimentaria 2018: hacia la nutrición personalizada

URL: <https://blog.cartif.com/alimentaria-2018-hacia-la-nutricion-personalizada/>

Fuente: Cartif

Fecha: 02/05/2018

Extracto: Incluso los platos precocinados, salsas, lácteos, bebidas de cereales, yogures, smoothies "bio" y "sin", se basan en la incorporación de ingredientes más saludables y en la reducción de grasas, azúcares y sal. Los productos para vegetarianos (como los loncheados 0% carne) y el aumento de snacks (muy lejos de aquellos primitivos gusanitos considerados como golosinas, y que ahora

incluyen cárnicos, vegetales, fruta, leguminosas o turrón) son otras de las tendencias que avalan el interés por una nutrición sana. Esta tendencia se consolida con la amplia variedad de productos que incluyen los llamados superalimentos (chlorella, spirulina, kale, lúcumá, maca, ...), que se han introducido en la dieta de los españoles con inusitada rapidez.

[18] Referencia: La importancia de la biotecnología en el sector agroalimentario
URL: <http://www.ainia.es/tecnoalimentalia/formacion/la-importancia-de-la-biotecnologia-en-el-sector-agroalimentario/>

Fuente: Ainia

Fecha: 26/07/2018

Extracto: La biotecnología en la industria alimentaria está posibilitando el desarrollo de una innovación más adaptada a la demanda de productos funcionales actuales. Alimentos probióticos y principios activos están siendo aplicados en alimentos funcionales personalizados destinados a ayudar en el tratamiento de problemas de salud como la hipertensión, la hipercolesterolemia, la diabetes o el tratamiento de alergias, entre otros. Estos principios activos o ingredientes funcionales suelen requerir de procesos posteriores que aseguren su estabilidad, biodisponibilidad o enmascaren propiedades organolépticas no deseadas.

[19] Referencia: Cómo recuperar el sabor tradicional del tomate

URL: <http://www.innovagri.es/actualidad/como-recuperar-el-sabor-tradicional-del-tomate.html>

Fuente: Innovagri

Fecha: 30/01/2017

Extracto: Un estudio químico y genético sobre el tomate explica los pasos necesarios para recuperar su sabor típico, que ha desaparecido en la mayoría de las variedades comerciales. Para comprender y corregir la deficiencia del sabor del tomate, los investigadores han cuantificado el sabor de los compuestos químicos de 398 variedades de tomates tradicionales, modernas y silvestres. Después han evaluado un subconjunto de estas variedades de tomate en paneles de consumidores, para identificar los compuestos químicos que más contribuían al sabor y al gusto de los tomates.

[20] Referencia: Panes enriquecidos con harinas ancestrales: Cómo evaluar sus beneficios para la salud

URL: <https://www.ainia.es/tecnoalimentalia/consumidor/panes-enriquecidos-harinas-ancestrales/>

Fuente: Ainia

Fecha: 23/09/2018

Extracto: Ainia un centro tecnológico especializado en alimentación, ha investigado el uso de Einkorn, un cereal ancestral empleado en la elaboración de pan, el cual, frente a otros cereales, tiene un mayor contenido de proteínas, ácidos grasos poliinsaturados, fructanos y otros fitoquímicos. como los

carotenoides. El resultado obtenido es que los panes elaborados con harina de Einkorn tienen un contenido de carotenoides superior a los que se elaboran con cereales modernos. Con el uso de técnicas metagenómicas es posible obtener cultivos de microorganismos que proporcionen a la masa madre y al pan unas características determinadas, abriéndose, así, un gran abanico de posibilidades para la elaboración de panes personalizados a la medida de los gustos de cada grupo de clientes.

[21] Referencia: Frutas y hortalizas, ¿innovación o disrupción?

URL: <https://www.ainia.es/tecnoalimentalia/consumidor/frutas-y-hortalizas-innovacion-o-disrupcion/>

Fuente: Ainia

Fecha: 21/07/2018

Extracto: Un ejemplo de innovación son los smoothies. Estas bebidas se están convirtiendo en la opción preferente para aquellos consumidores que apuestan por lo saludable, nutritivo y lo conveniente, pero que no les gusta comer frutas, verduras o ensaladas. Es un producto que se adapta a su estilo de vida y se consumen de forma fácil y rápida, convirtiéndose así en la alternativa ideal a las comidas tradicionales, especialmente entre los millennials, la generación que más fruta y verduras consume. Este nuevo estilo de vida también está provocando el fenómeno conocido como "snackificación". Se trata de transformar las comidas diarias a formato snack. Esto genera nuevas oportunidades de mercado para distintas categorías de producto, entre ellas, frutas y verduras de IV y V Gama, categoría con gran demanda en los últimos años debido a los nuevos hábitos de consumo y la falta de tiempo en las familias para el cocinado y preparado de alimentos.

Caso de éxito: Etiquetar los alimentos indicando su origen impulsa las economías locales y el desarrollo sostenible

URL: <http://www.redr.es/es/cargarAplicacionNoticia.do?identificador=30780>

Fuente: Red Española de Desarrollo Rural

Extracto: Las etiquetas que indican el origen geográfico de los alimentos pueden aumentar hasta un 50 % su precio final, según un informe difundido por la FAO. El estudio, elaborado junto con el Banco Europeo para la Reconstrucción y el Desarrollo (BERD), establece que los alimentos registrados con una etiqueta de indicación geográfica están valorados en más de 50.000 millones de dólares (41.066 millones de euros) al año en todo el mundo. En concreto fueron analizados nueve casos, entre ellos el café de Colombia, el queso manchego de España, el vino brasileño Vale dos Vinhedos, el azafrán de Marruecos, el té Darjeeling de la India y el pimiento Penja camerunés. La FAO destacó en un comunicado que, en la mayoría de esos productos, ese tipo de etiqueta incrementó el precio final, con un valor añadido de entre un 20 y un 50 %, debido a que los consumidores están dispuestos a pagar más por alimentos asociados a características únicas de sabor, color o calidad.

Oportunidad 4.1: desarrollo de alimentos para una población envejecida.



El envejecimiento de la población supone una gran oportunidad para la industria de alimentos y bebidas, pero también un reto. Exige nuevas soluciones en salud y nutrición. Las empresas de alimentación han de ofertar alimentos funcionales que fortalezcan el sistema inmunológico y que se adapten a las preferencias y hábitos de consumo de la población sénior [22], es decir, que sean fáciles de masticar, digerir y con texturas agradables.

[22] Referencia: Alimentos funcionales y dietas personalizadas para una población envejecida

URL: <http://www.ainia.es/tecnoalimentalia/consumidor/tendencias-alimentacion-alimentos-funcionales-dietas-personalizadas/>

Fuente: Ainia

Fecha: 19/07/2019

Extracto: En este segmento de población, las personas buscan cada vez más productos que satisfagan sus necesidades físicas, mentales y emocionales. Según un informe Mintel, en Reino Unido, el 83% de los consumidores padecen o han padecido problemas digestivos. Esto provoca que el 30% haya modificado su dieta para minimizar estas dolencias y el 15% tome alimentos fermentados para mejorar su salud digestiva.

Caso de éxito: Nuevos alimentos adaptados al consumidor senior

URL: https://www.foodretail.es/food/alimentos-consumidor-senior-grupo-sada-ainia_0_1235276481.html

Fuente: Food Retail

Extracto: Pollo empanado enriquecido con magnesio y calcio para cubrir posibles carencias nutricionales; puré de pollo y verduras para personas con dificultades para deglutir; y pollo en su jugo envasado al vacío similar a las recetas tradicionales. Estos son los tres productos desarrollados por Grupo Sada y Ainia dirigidos al colectivo senior. Responden a la "creciente demanda" por parte de los consumidores de la tercera y cuarta edad, de productos alimenticios saludables, que requieran una preparación sencilla en el microondas, explican ambas compañías.

Caso de éxito: Comida a domicilio para las personas mayores... y más

URL: https://www.elperiodicoextremadura.com/noticias/caceres/comida-domicilio-personas-mayores-mas_1152515.html

Fuente: El Periódico Extremadura

Extracto: Cuatro mujeres han creado la empresa 'Cocina con buen fondo', que presta servicio diario de comida a domicilio para personas mayores y/o con incapacidad temporal. Además, ofrecen seguridad a las familias de los usuarios, ya que al hacerles la visita pueden realizar un seguimiento de su situación, sus hábitos alimentarios, sus carencias u otras necesidades de tipo social. Los mayores pueden costearse ambas comidas por 10 euros al día ó 40 semanales (abono). El almuerzo sale por 6 euros. El servicio se extiende a los 21 municipios de Sierra de Gata y su entorno.

Oportunidad 4.2: desarrollo de alimentos para segmentos de población específicos

Y de forma parecida, existen mercados diferenciados para otros colectivos con requisitos de alimentación específicos, prescritos por la religión, por ejemplo, la alimentación halal [23]; los estilos de vida, por ejemplo, los productos veganos y vegetarianos [24] o, simplemente, por los gustos [25] y preferencias personales [26] de los consumidores.

[23] Referencia: Global Halal Food Market 2018-2023: Market Value is Projected to Reach US\$ 2.6 Trillion

URL: <https://www.prnewswire.com/news-releases/global-halal-food-market-2018-2023-market-value-is-projected-to-reach-us-2-6-trillion-300684262.html>

Fuente: PR Newswire

Fecha: 20/07/2018

Extracto: El crecimiento del mercado global de alimentos halal se debe principalmente a los beneficios para la salud que ofrecen los productos alimenticios halal, que influyen continuamente en los patrones de alimentación de las personas. Esto ha resultado en un aumento en el consumo y la aceptación de alimentos halal entre las comunidades no islámicas. Se estima el mercado global de alimentos halal en 2017 en un valor de 1,4 billones europeos de dólares y que llegue a 2,6 billones en 2023.



Interreg
España - Portugal

Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional



EUROACELERA

[24] Referencia: Etiquetado e información sobre los alimentos dirigidos a la población vegetariana

URL: <https://www.ainia.es/tecnoalimentalia/legislacion/etiquetado-productos-veganos/>

Fuente: Ainia

Fecha: 21/09/2018

Extracto: En la actualidad, las personas veganas y vegetarianas deben realizar una ardua labor de investigación en la lista de ingredientes de los productos alimenticios preparados para evaluar si responden o no a sus especificaciones. Sin embargo, la situación puede mejorar si prospera una iniciativa europea para identificar a los productos según sus características veganas o vegetarianas.

[25] Referencia: La agricultura "verde" es un buen negocio: la superficie ecológica en España sigue aumentando

URL: <http://agriculturers.com/la-agricultura-verde-es-un-buen-negocio-la-superficie-ecologica-en-espana-sigue-aumentando/>

Fuente: agriculturers.com

Fecha: 29/06/2018

Extracto: La superficie ecológica ha vuelto a aumentar en 2017. La producción bio se realiza ya en casi 2,1 millones de hectáreas, un 3,1% más que en 2016. Con esas 2.082.000 hectáreas, España se mantiene como el primer país de la Unión Europea en superficie agrícola dedicada a este método de producción y uno de los cinco más importantes del mundo. La mitad de la superficie se destina a pastos permanentes, una cuarta parte a cultivos de tierras arables y la otra cuarta, a cultivos permanentes. La superficie calificada en producción ha crecido en más de 280.000 hectáreas respecto al año anterior. Se confirma así una tendencia de crecimiento anual medio de la superficie total en ecológico del 3,7 % en los últimos 5 años.

[26] Referencia: Alimentos de proximidad y huella ecológica

URL: <http://naider.com/alimentos-de-proximidad-y-huella-ecologica/>

Fuente: Naider

Fecha: 11/04/2018

Extracto: Aunque a veces no resulte sencillo entender qué es un producto local, existe un cierto consenso en definirlo como aquel alimento que se comercializa en el mismo territorio donde se produce, ya sea en la localidad, la comarca o la región. Se estima que una gran parte de los alimentos que consumimos viajan entre 2.500 y 4.000 kilómetros antes de llegar a nuestro plato. En respuesta a esto surgió en EEUU a mitades de los años setenta el movimiento Slow Food. Este movimiento se expandió por Europa desde Italia en los años ochenta y es considerado como el precursor de los alimentos denominados "Kilómetro 0", es decir, aquellos que se producen y consumen en un radio no mayor a 100 km. Más allá de la exactitud de las distancias, los productos de "Kilómetro 0" son una llamada a la reflexión, a que investiguemos un poco más sobre el origen de los alimentos, su estacionalidad, quién los produce, qué materias primas se emplean,

si contribuyen a la preservación de variedades locales, la fresca... En definitiva, sensibilizar al consumidor sobre los beneficios de consumir alimentos de proximidad e invitar a conocer un poco más, tanto a los productores como a los alimentos que ofrecen.

Caso de éxito: Extremadura sacrifica por el rito 'halal' para vender carne a los emiratos
URL: <https://www.hoy.es/extremadura/extremadura-sacrifica-rito-20180408115049-nt.html>

Fuente: Hoy Extremadura

Extracto: Casi 30.000 cabezas de ovino y caprino fueron sacrificadas en 2017 en el único gran matadero que existe en Extremadura, el de Olivenza (Badajoz), bajo el rito 'halal', tal y como manda el Islam, para exportar gran parte de esta carne a los Emiratos Árabes Unidos, donde es muy apreciada. El empresario hispano-jordano Ahmad Al Khatib, propietario del Grupo Golden World Wide, adquirió el matadero de Olivenza en 2014, después de más de cuatro años de inactividad, con la intención de convertir a Extremadura «en la despensa del mundo árabe». El 80% de la producción de este matadero se dedica a la exportación, sobre todo a los Emiratos Árabes, pero también a Arabia Saudí, Catar e Inglaterra.



Interreg
España - Portugal

Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional



EUROACELERA

© Junta de Extremadura

Documento elaborado por: Implicatum Consultoría, S.L.

Todas las imágenes contenidas en el documento han sido obtenidas de Pixabay, estando libres de derechos comerciales.

Agosto de 201

