

La necesidad de aumentar el valor percibido en el sector agrario

El futuro del sector agroalimentario español depende de nuestra capacidad para innovar no solo en el campo, sino también en la mente del consumidor

JESÚS NAVARRO

Economista especialista en tendencias de innovación. Consejero delegado de Inmsai



Al analizar las principales tendencias de innovación en el sector agroalimentario español, observamos que muchas de ellas se centran en el producto y su producción. Estas tendencias incluyen la agrotecnología y producción sostenible, la eficiencia energética y la sostenibilidad en la producción, así como la alimentación saludable y nutrición, más la innovación en el embalaje, conservación y seguridad alimentaria.

La agrotecnología y producción sostenible se refiere a la implementación de tecnologías sostenibles que mejoran la eficiencia de los procesos agrícolas y logísticos. Esto abarca

desde la optimización del uso de recursos naturales como el agua y nutrientes hasta la aplicación de técnicas de cultivo avanzadas, inteligencia artificial, robótica y sensores avanzados para automatizar tareas agrícolas, buscando incrementar la productividad y reducir el impacto ambiental.

La eficiencia energética y la sostenibilidad en la producción apunta a la implementación de tecnologías limpias y sistemas de producción energéticamente eficientes, buscando reducir el consumo de energía y minimizar residuos a través de prácticas de economía circular, incluyendo el reciclaje y la reutilización de subproductos.

Los productos en los lineales no comunican el esfuerzo inversor que tienen detrás

En cuanto a la alimentación saludable y nutrición, alude al desarrollo de productos alimenticios más saludables y nutritivos mediante la selección de ingredientes especiales, ofreciendo al consumidor productos de mayor calidad y valor nutricional.

La innovación en el embalaje, conservación y seguridad alimentaria se refiere a la prolongación de la vida útil de los

productos, mejorando su seguridad y conservación y reduciendo el impacto ambiental, mediante materiales biodegradables y tecnologías de envasado avanzadas que mantienen la calidad y frescura de los alimentos.

Ante este esfuerzo innovador e inversor, surge la pregunta: ¿es suficiente para diferenciar nuestros productos en los supermercados?

Mi experiencia en numerosas empresas pone de manifiesto que, aunque necesaria, esta innovación no es suficiente para diferenciar el producto. Los productos agroalimentarios en los lineales no comunican este esfuerzo inversor, por lo tanto, no diferencian a aquellos que lo realizan.

¿Qué se necesita entonces? Las empresas agroalimentarias deben enfocarse en aumentar el valor percibido por el consumidor en el punto de venta.

Al observar las innovaciones que se hacen a nivel mundial, identificamos empresas que trabajan en esta dirección. Estas utilizan tecnología ('blockchain', realidad aumentada, realidad virtual, inteligencia artificial, internet de las cosas,...) para generar transparencia en su modo de producir, simplicidad para generar el

producto e interactividad para comunicarlo en el punto de venta. Así, los productos hablan con el consumidor no solo en el momento de la compra, sino también durante su consumo en el hogar u otros lugares.

Innovar en comunicar el esfuerzo del sector agroalimentario es clave para superar una situación donde el precio domina en un lineal abarrotado de productos. La innovación incremental del producto apenas genera ventaja competitiva sostenible, ya que es imitada rápidamente en caso de éxito.

En este contexto, debemos entender que la clave no está solo en lo que producimos, sino en cómo lo presentamos y comunicamos. Es momento de ser pioneros en la forma en que conectamos con el consumidor, aprovechando las herramientas tecnológicas disponibles para crear una experiencia única y diferenciadora.

El futuro del sector agroalimentario español depende de nuestra capacidad para innovar no solo en el campo, sino también en la mente del consumidor. Transformemos la manera en que el mundo percibe nuestros productos, porque juntos, podemos hacer que nuestros esfuerzos no solo se vean, sino que también se sientan.



PARA **CAJAMAR** LA INNOVACIÓN HA SIDO SIEMPRE UN VALOR ESTRATÉGICO QUE HEMOS APOYADO ACTIVAMENTE CON FINANCIACIÓN Y CON LA GENERACIÓN Y TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO AYUDANDO A LA TRANSFORMACIÓN DEL SECTOR.

A través de esta **LÍNEA DE FINANCIACIÓN*** podrás comprar y modernizar activos como:

» ESTRUCTURAS Y CUBIERTAS	» SILOS DE PIENSO
» REJILLAS Y SUELOS	» MONITORIZACIÓN Y DIGITALIZACIÓN DE LA EXPLOTACIÓN
» SISTEMA DE DIVISIONES	» TRANSPORTADORES DE PIENSO
» JAULAS	» SISTEMAS DE COMEDEROS
» VENTILACIÓN Y CLIMATIZACIÓN	» SUMINISTROS DE AGUA

*Operaciones sujetas al estudio del cliente, en función de la calidad crediticia y de los requisitos y condiciones de concesión de riesgos de la Entidad.



Solicita más información en cualquiera de nuestras oficinas o en nuestra web
www.adnagro.es

