

GOBIERNO DE NAVARRA

DESARROLLO ECONÓMICO

DERECHOS SOCIALES

HACIENDA Y POLÍTICA FINANCIERA

PRESIDENCIA, FUNCIÓN PÚBLICA,
INTERIOR Y JUSTICIARELACIONES CIUDADANAS E
INSTITUCIONALES

EDUCACIÓN

SALUD

CULTURA, DEPORTE Y JUVENTUD

DESARROLLO RURAL, MEDIO
AMBIENTE Y ADMINISTRACIÓN LOCAL

SEGURIDAD Y EMERGENCIAS

El sector agroalimentario de Navarra diseña un nuevo posicionamiento de sus productos en el mercado

El clúster que agrupa a las empresas y centros tecnológicos celebra la última reunión de un ciclo dedicado a atender una demanda basada en el binomio salud-placer

Lunes, 30 de enero de 2012

El clúster agroalimentario de Navarra ha celebrado la tercera y última reunión de un ciclo dedicado a buscar un nuevo posicionamiento de sus productos en una demanda emergente basada en la llamada "industria del bienestar". El clúster agroalimentario es una apuesta del nuevo modelo de desarrollo económico de Navarra, contenido en el [Plan Moderna](#),



Un momento de la reunión del clúster agroalimentario de Navarra.

que está coordinado por la empresa pública Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra (CEIN), del Gobierno de Navarra.

El objetivo de estas sesiones de trabajo era diseñar una hoja de ruta para atender a los nuevos tipos de demanda que registra el sector y que aprovecharse las sinergias con otros sectores productivos de futuro en Navarra como, el turismo sostenible, la biomedicina y los servicios sanitarios, las energías renovables y la sostenibilidad del medio ambiente.

En las sesiones de trabajo se han identificado proyectos y actuaciones en el corto, medio y largo plazo con especial énfasis en los que fueran de carácter innovador y requirieran la participación de diversos agentes. Los intervinientes han examinado los factores y procesos de la producción agroalimentaria y han seleccionado diversas iniciativas teniendo en cuenta la cadena de valor y las sinergias regionales.

Materia prima ecológica y certificada sin incremento de costes, desarrollo y aplicación de aditivos naturales, envases biodegradables y adaptados a la demanda del usuario y el desarrollo del clúster asociado a la salud son algunas de las ideas surgidas en esta jornada de trabajo. El último paso de esta iniciativa es la redacción de la hoja de ruta que el clúster agroalimentario difundirá en las próximas semanas.

El ciclo de sesiones del clúster agroalimentario se ha desarrollado durante tres meses. En la primera sesión, que se celebró el pasado 30 de noviembre, se mostraron las tendencias del nuevo consumidor para ayudar a adaptar el tejido empresarial a las nuevas necesidades del mercado. Mediante ejemplos y casos prácticos se explicó cómo es el nuevo consumidor post crisis en el siglo XXI y cómo las empresas a nivel internacional se están adaptando a ellos mediante nuevos productos, servicios y canales de distribución; además se analizaron los avances de la industria de la alimentación, salud y placer. En la segunda sesión, celebrada el 15 de diciembre, se presentaron las tendencias que más impacto pueden tener en el consumidor y se mostraron nuevas actuaciones de mercadotecnia, con especial atención a las que mejor se corresponden con el sector agroalimentario, relacionadas con el bienestar y la salud y los productos ecológicos y de moda. Las sesiones han estado dinamizadas por [Ángel Bonet](#), uno de expertos en marketing y ventas más acreditados de España.