

*Congreso Internacional de Innovación Tecnológica
Para el Sector Agropecuario.*

AGROTECH 2019



Jueves 28 de marzo 2019

(A)tractores de Inversión

La cartera de oportunidades de Inversión relacionadas
Aplicación metodología Andes Value Research al Modelo de “Food Hub”.

*Servicios
tecnológicos
especializados*



*Energías
renovables no
convencionales*

*Turismo de
intereses
especiales*

*Alimentos
diferenciados de
alto valor*

Fuente: Open Food Network Australia

Tendencias que abren oportunidades

Macro tendencias



Urbanización
creciente



Mayor renta per
cápita



Mayor esperanza
de vida



Mujeres en el mercado
laboral y largas horas

Tendencias en consumo de alimentos



Preocupación por la
salud



Impacto social y
medioambiental



Búsqueda de salud y
variedad



Demanda de
comodidad

+ alimentos para tratar enfermedades

La curcumina, la genisteína, las catequinas, el licopeno, el resveratrol, la quercetina, tienen efectos medicinales en el cuerpo.

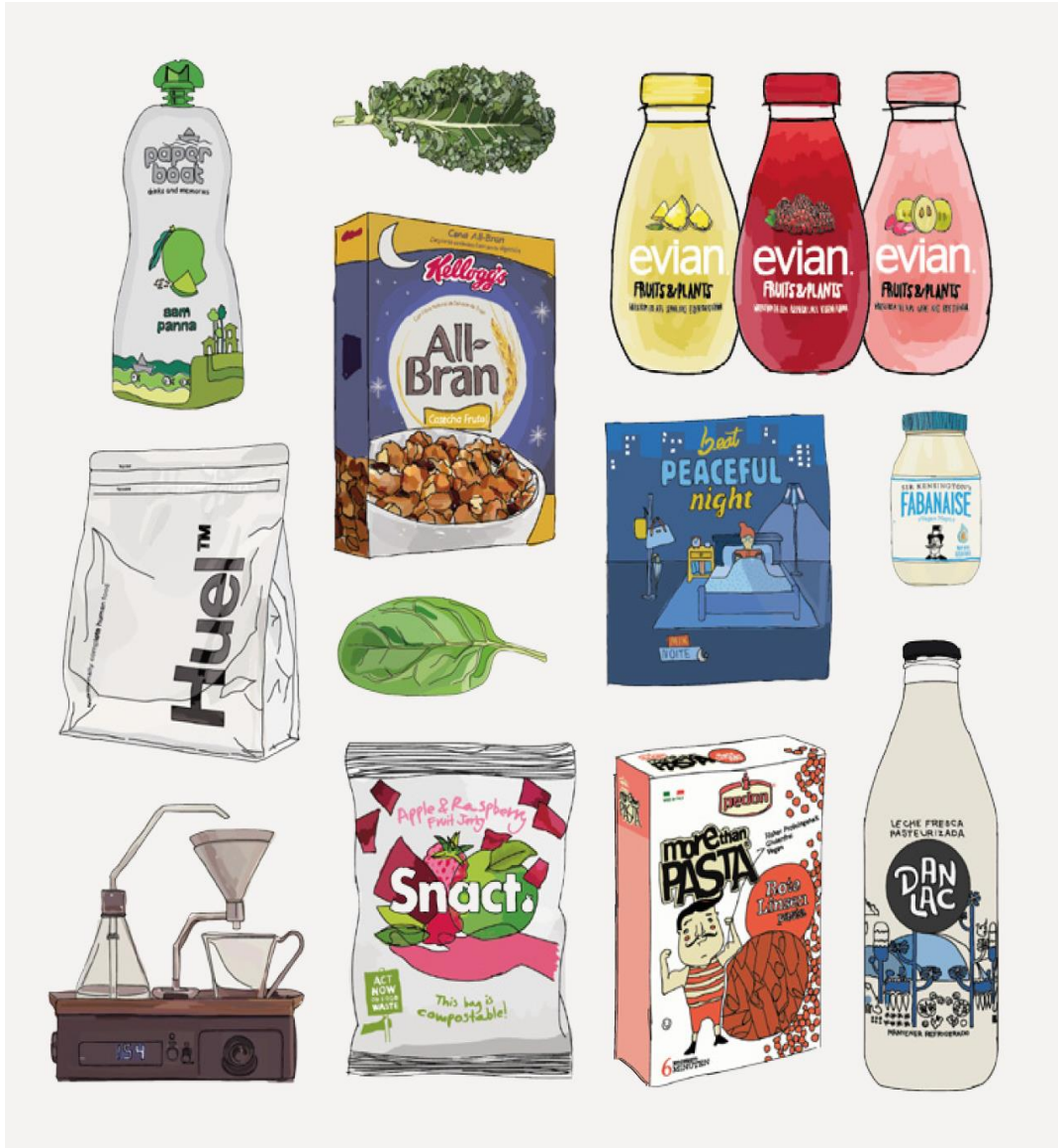
Se han descubierto más de 200 alimentos que mejoran nuestra circulación, activan nuestras células madre, alimentan nuestro micro bioma, protegen nuestro ADN, fortalecen nuestro sistema inmunológico



1. Chocolate negro contiene polifenoles que activan las células madre.
2. Tomates San Marzano tienen muchas vitaminas y minerales; contienen licopeno, promueve la angiogénesis (formación de vasos sanguíneos) y a matar de hambre el cáncer.
3. El pan de masa madre natural ayuda a constituir y fortalecer nuestro sistema inmunológico.
4. El mango contribuye a fortalecer nuestras defensas.



Oportunidades para desarrollo de productos



En la tradición confiamos: confianza en lo conocido, “ancestral”.

El poder de las plantas: La preferencia por dietas naturales, simples y flexibles impulsará una mayor expansión de lo vegetariano y vegano.

El tiempo es la esencia: soluciones directas que también sean frescas, nutritivas y personalizables

El cambio nocturno: La noche se aprovecha como una nueva ocasión para formulaciones funcionales de alimentos y bebidas, calmarse antes de dormir, dormir mejor y restaurar el cuerpo mientras descansan.

Salud para todos: Los alimentos y bebidas saludables no serán un lujo.

Del campo a la web: Se estima que en 2030, el 30% de las ventas será *online!*

Oportunidades de mercado



Producto fresco orgánico hoy: 6% del total de las ventas

Crecimiento este año: **50%**

Estimado para 2020: 10% del total de las ventas del departamento

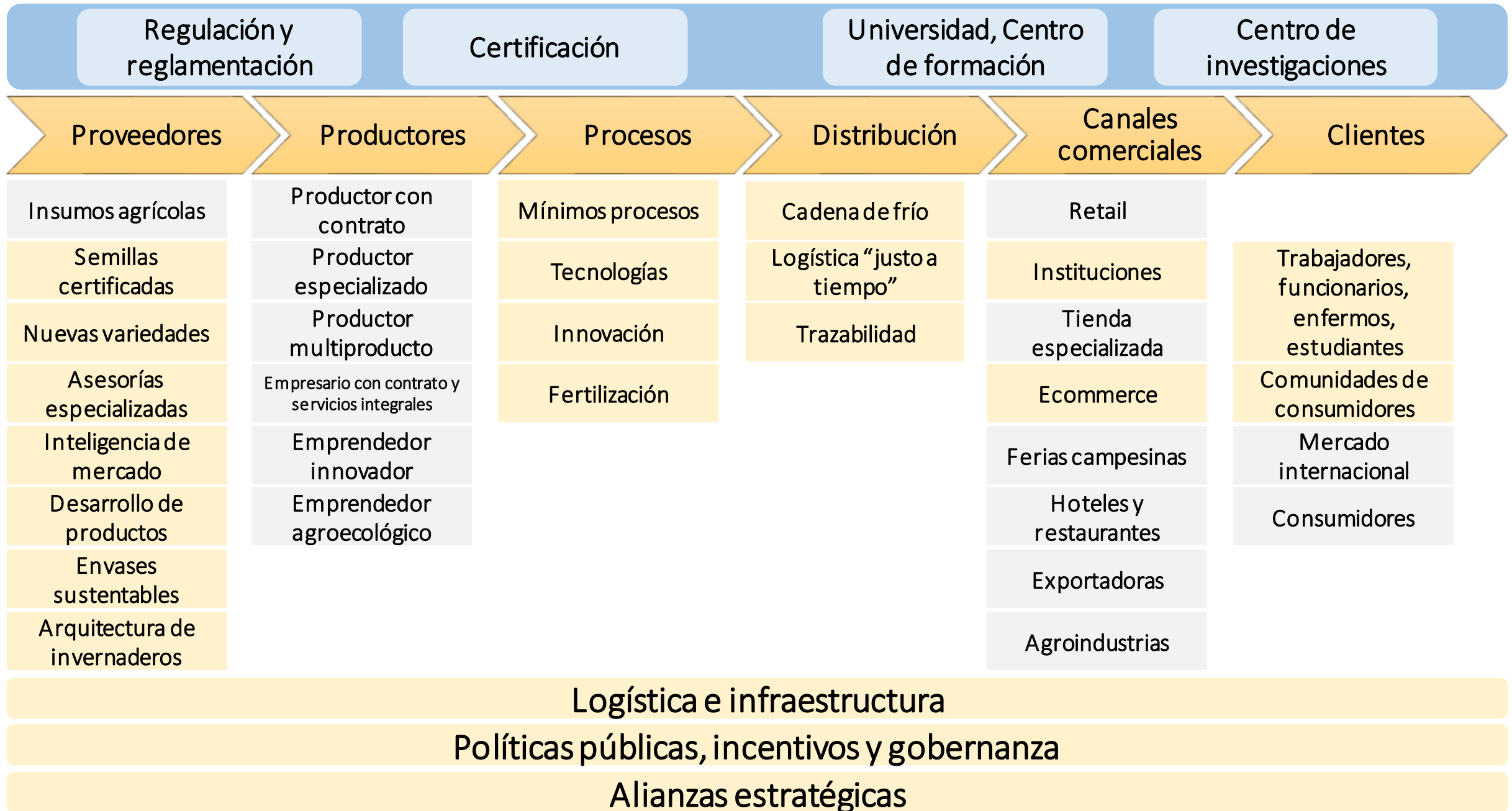


Mínimamente procesado hoy: 8% de toda la sección de Frutas y Vegetales

Crecimiento este año: **50%**.

Estimado para 2020: 15% del total de las ventas del departamento

¿Áreas de mejoras, ¿Por cuál partir?



Los consumidores buscan seguridad y pureza en los alimentos que compran.

Los consumidores cada vez mas están centrados en el cuidado personal y buscarán ingredientes, productos y combinaciones que les den beneficios nutricionales, físicos o emocionales demostrables!!!.



La desconfianza ha aumentado la necesidad de informar sobre los ingredientes, procesos de producción y cadenas de suministro.

- Los productos naturales sin aditivos / conservantes, orgánicos y sin OGM representan un 29% de los lanzamientos mundiales de alimentos y bebidas. (septiembre de 2016 a agosto de 2017. En el período de 2006 a 2007, representaba el 17%)
- Los productos con envases respetuosos con el medio ambiente, así como del bienestar animal y humano, aumentaron hasta el 22% de las introducciones mundiales de alimentos y bebidas. (septiembre de 2016 y agosto de 2017, representaba el 1% en el período de 2006 a 2007.)



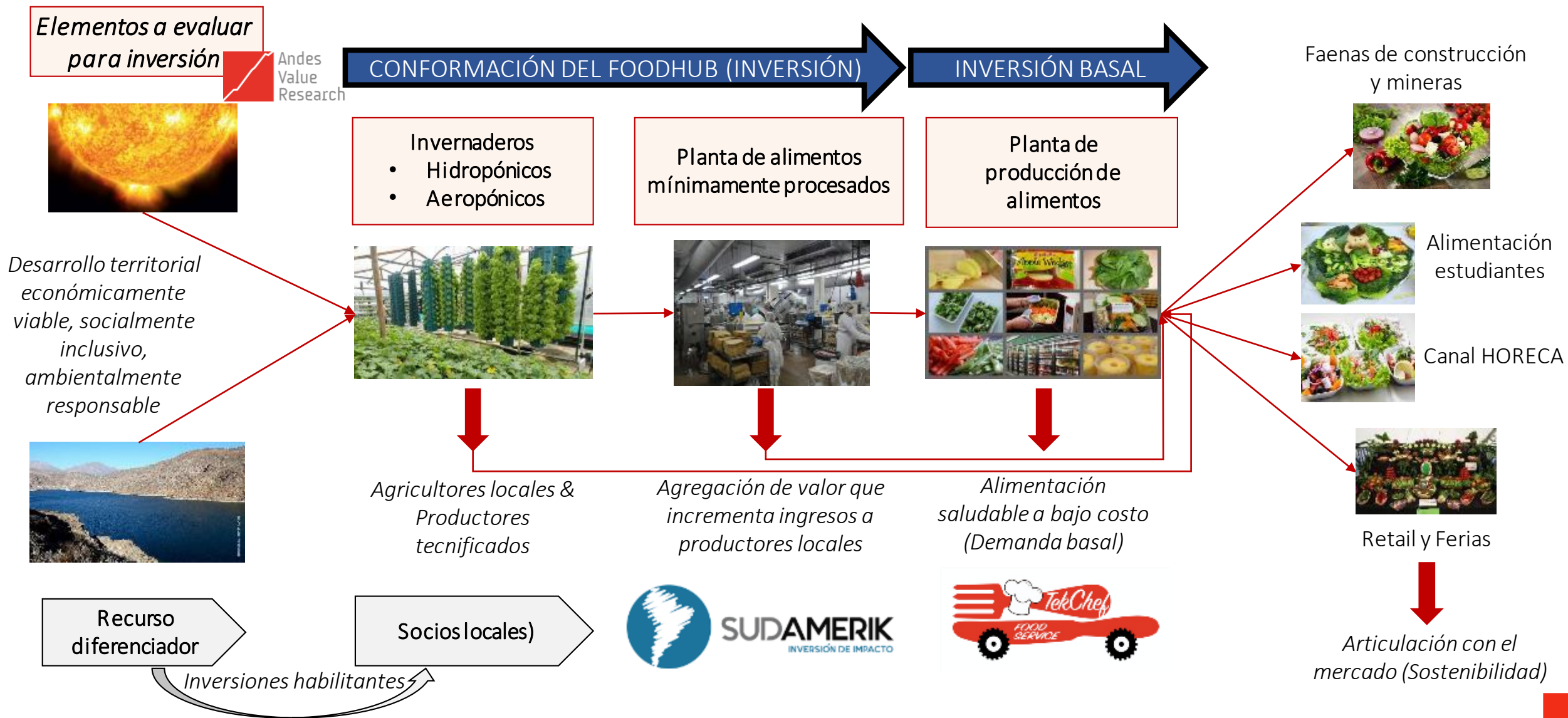
Aumenta la presión para informar sobre cómo, dónde, cuándo y por quién se cultiva y se cosecha

Transparencia + trazabilidad + Alimentos naturales y orgánicos de alta calidad



tractores de Inversión

Un Caso en desarrollo: El Proyecto de "Food Hub" de la Cuenca del Huasco.
Andes Value Research SpA & Sudamerik (Adm. Fondos de Inversión de impacto).





Acelerando Procesos de Desarrollo a través de la Inversión productiva



Jueves 28 de marzo 2019