

Nota de prensa

Los invernaderos solares del sur de Europa adaptan su producción a los nuevos hábitos de consumo

- **Frutas y hortalizas listas para picar, sandías minis y sin semillas, productos ecológicos o tomates gourmet son solo algunas de las tendencias que reclaman los compradores.**

Almería, 29 de agosto de 2022.- La producción de frutas y hortalizas de los invernaderos solares del sur de España está en constante evolución para responder a los cambiantes gustos y necesidades de los consumidores, desde los que buscan exclusividad y productos gourmet, a los clientes singles, los que demandan tentempiés saludables y listos para consumir, los que exploran nuevas variedades para enriquecer sus platos o los que se preocupan por una producción sostenible desde un punto de vista laboral o medioambiental.

Desde el consorcio de organizaciones productoras que impulsan [Cute Solar](#) se apunta que: “la producción hortofrutícola de los invernaderos solares de Almería y Granada es un testimonio de la capacidad de los productores locales para innovar y adaptarse a las nuevas tendencias de consumo”. Este consorcio ha llevado a cabo un informe sobre “**Los invernaderos solares ante los nuevos hábitos de consumo**” en el que aborda las principales tendencias del consumidor y cómo los invernaderos solares han sabido adaptarse a estos nuevos nichos de mercado. A continuación, se exponen las principales conclusiones.

1. Productos gourmet y exclusivos

El producto premium cada vez está más presente en la cesta de la compra de los españoles, de hecho, la venta de productos gourmet a través de Internet ha crecido un 55% según datos de Qapla¹.

Los invernaderos solares del sur de Europa se han adaptado a esa tendencia y producen algunas de las variedades de frutas y hortalizas **más gourmet del mercado**, tanto por sus excelentes cualidades organolépticas (color, el sabor, la textura y aroma) como por la garantía de la seguridad alimentaria y la sostenibilidad de los métodos de producción utilizados. Tal es su calidad que grandes chefs españoles como los **hermanos Torres, Martín Berasategui o Ferrán Adriá**, las han utilizado como materia prima en muchas de sus elaboraciones.

Hablamos de hortalizas *premium* como el **tomate RAF**, que se caracteriza por su intenso sabor y una textura carnosa y jugosa; los **pimientos chocolate**, un pimiento que no es ni verde, ni rojo, ni amarillo, sino de color chocolate. Aparte de por su color, este pimiento se caracteriza por su

1

¹ <https://www.qapla.it/es/datos-envios-ecommerce/>

sabor dulce y aromático y por poseer pocas semillas en su interior. Las **flores de calabacín** son otro de los manjares que solo se cultivan en los invernaderos solares. Se trata de flores comestibles, que pueden consumirse tanto en crudo como cocinadas, que cuentan con una textura carnosa y suave y que son un espectáculo para los sentidos.

2. Productos minis como snack saludable

La preocupación por tener una alimentación saludable está haciendo que los consumidores ingieran productos más sanos y saludables en detrimento de los snacks ultraprocesados. Según AECOC², 8 de cada 10 consumidores gastan más en alimentación saludable que antes de la pandemia debido a la preocupación por tener un sistema inmunológico fuerte y por el cuidado por la salud física y la lucha contra la obesidad.

Conscientes de esta tendencia en ascenso, durante los últimos años se están cultivando en los invernaderos solares las conocidas como **hortalizas baby, utilizadas como snacks saludables**. Los tomates Cherry se encuentran entre las más conocidas (y consumidas), pero también hay otras como los pepinos snack, la berenjena mini o el pimiento “sweet bite”.

Su tamaño en miniatura no solo facilita su consumo, sino que también resulta un reclamo para los grandes chefs que han visto la oportunidad de incorporarlas a succulentas elaboraciones para conseguir platos más vistosos y saludables.

3. Productos que se adaptan a los hogares unipersonales

Casi 5 millones de personas viven solas en España y el número de hogares unipersonales no deja de crecer año tras año. La inquietud creciente por **evitar el desperdicio alimentario** ha motivado que los productores se hayan preocupado por reducir el tamaño de las frutas de gran calibre como es el caso de la sandía o el melón, para aligerar su consumo.

4. Nuevas variedades para nuevos gustos

La comida entra por los ojos, por eso, casas de semillas y agricultores trabajan constantemente para buscar nuevas variedades que sorprendan a los consumidores, tanto por su sabor como por su tamaño, color, aroma o textura. En la zona de los invernaderos solares del Sur de España se sitúan los centros de I+D+i y fincas de ensayos de las mejores casas de semillas del mundo, que trabajan en nuevas variedades de productos hortofrutícolas. “Cada año, las casas de semillas evalúan el comportamiento de **miles de nuevos cruces entre distintas variedades**, de los cuales tras un largo proceso de selección que puede alargarse 7 u 8 años, solo un pequeño porcentaje consigue alcanzar el estatus de variedad comercial”, explican desde el consorcio Cute Solar.

5. Productos más cómodos y prácticos para consumir

El ritmo ajetreado que llevamos ha impulsado el origen de productos que sean más rápidos, prácticos y fáciles de consumir, tanto dentro como fuera de los hogares. A esta tendencia responde, por ejemplo, la obtención de la **sandía sin pepitas o las crudités de verdura** cortadas

² [Informe Salud y Sostenibilidad 2021. AECOC \(asociación española de codificación comercial\)](#).

y listas para su consumo, pero que conserven intactas todas sus propiedades y frescura. La clave del éxito está en que estos productos nuevos nos **brindan facilidad de consumo y nos ahorran tiempo.**

6. Productos respetuosos con el medioambiente y con las personas.

El consumidor de hoy en día está cada vez más preocupado por la sostenibilidad, tanto medioambiental como laboral, aspectos que se priorizan cada vez más a la hora de realizar la compra.

Los cultivos en los invernaderos del sur de Europa se caracterizan por un uso sostenible de los recursos hídricos mediante una agricultura de precisión, reciclan el 95% de los plásticos utilizados y son líderes en el mundo en la aplicación de técnicas de control biológico para el control de plagas.

Desde el punto de vista laboral, la cadena de valor de los invernaderos solares -desde que se cultivan los productos hasta que llegan a los lineales de los supermercados- tiene un relevante calado social. De este sector viven 14.500 familias, se generan 45.000 empleos directos (de los cuales un 60% son trabajadores inmigrantes) y más de 100.000 indirectos.

¿Qué es un invernadero solar?

Un invernadero solar es una estructura cerrada cubierta por plásticos, a través de los cuales inciden los rayos del sol, dejando pasar la luz necesaria para que las plantas mantengan la temperatura adecuada para su desarrollo en los meses de invierno, de modo que puedan realizar la fotosíntesis. En este proceso las plantas producen nutrientes a partir del CO₂ que absorben del aire y liberan cantidades ingentes de oxígeno a la atmósfera.

¿Qué NO es un invernadero solar?

Un invernadero con placas solares que convierten la energía lumínica en energía eléctrica que luego se puede usar para calentar o iluminar artificialmente los cultivos

Acerca de Cute Solar

Cute Solar: cultivando el sabor de Europa en los invernaderos solares es un programa impulsado por **APROA**, Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de Andalucía, **HORTIESPAÑA**, Organización Interprofesional Española de Frutas y Hortalizas, y **AREFLH**, Asamblea de las Regiones Europeas Hortofrutícolas, con el objetivo de informar a los consumidores europeos de las características específicas de los métodos de producción agrícola en invernaderos solares, especialmente en aspectos clave como la sostenibilidad y el respeto al medio ambiente y la seguridad, calidad y trazabilidad de los cultivos.

El programa, que cuenta con una inversión total de 1,95 millones de euros, está cofinanciado por las organizaciones proponentes y la Unión Europea, tendrá una duración de tres años (2020-2022) y se desarrollará en España, Alemania y Bélgica.

Disclaimer: El contenido de esta campaña de promoción representa únicamente las opiniones del autor y es de su exclusiva responsabilidad. La Comisión Europea y la Agencia Ejecutiva Europea de Investigación (REA) no aceptan ninguna responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

Para más información: María Jesús Gómez Talaván (91 563 67 80 / mjgomez@roatan.es)