FORO

Innovación para que el campo ayude a frenar el cambio climático

David Erice (UPA), Felipe Medina (Asedas), Antonio Bravo (Corteva),

E. MALLOL / A. IGLESIAS / C. MARCOS

Pocos sectores soportan tanta presión como el agroalimentario. Debe satisfacer la demanda global de comida, cuidar la salud de los consumidores y contribuir, en el camino, a luchar contra el cambio climático y el deterioro del medio ambiente. Abordamos estos asuntos en el Foro Innovación para una Agricultura Sostenible.

Antonio Bravo, Marketing Manager Crop Protection de Corteva España y Portugal, afirma que «cuando hablamos de agricultura y sostenibilidad, no empezamos de cero y, en la mayoría de los casos, nos referimos a tecnología. Gracias a Corteva más de 1.500 agricultores reciben en su dispositivo móvil todas las semanas un análisis de su finca y, con asesoramiento, toman decisiones sobre riego, abonado, producción, sobre cómo identificar problemas sin tirar cañonazos».

Acaba depresentarse la Cátedra Corteva para la Digitalización y la Agricultura Sostenible de la Universidad de Sevilla, enfocada a «utilizar la nueva tecnología para producir de una forma más sostenible. Necesitamos producir lo mismo o más con menos». Y no sólo la tecnología digital, «puede ser de semillas, de productos, de nuevas prácticas culturales, de nuevos modos de abonar. No debemos limitarnos cuando hablamos de sostenibilidad».

Cuál es la percepción del consumidor de productos agroalimentarios acerca de la sostenibilidad. El secretario general técnico de Asedas, Felipe Medina, explica que el cliente «lleva años dando valor a ciertos atributos, sobre todo desde que fuimos saliendo de la crisis. Va apretando el botón de exigir más a las empresas, pero con un palo en la rueda que es cuando le preguntamos cuánto está dispuesto a pagar por esa sostenibilidad. Eso no debe ser excusa para las empresas, pero debemos entre todos trasladar al consumidor que esos cambios tecnológicos que exige requieren de años de inversión. Las imposiciones en 24 horas en general suelen tener malos resultados».

El Foro Innovación para una Agricultura Sostenible reúne a representantes de Corteva, UPA, Asedas, Aenor y las cooperativas que coinciden en que ha llegado el momento de implicar más al consumidor

Hay que evitar los mensajes confusos. «En esto de lo ecológico tenemos las ideas muy claras: una cosa es el planeta y otra el colesterol», afirma Medina. «No podemos mezclar temas de salud y de producción. En los límites máximos de residuos (LMR), los supermercados han entendido perfectamente la necesidad de utilizar medicinas de las plantas y los riesgos que pueden tener sobre la salud. El compromiso con el sector productor es acatar las normas de la Agencia Europea de Seguridad Alimentaria y no ir más allá, no buscar en temas de seguridad y sanidad vegetal un atributo comercial que no toca y al consumidor le cuesta mucho percibir».

Conviene, pues, objetivar marco de trabajo. A juicio de David Verano, director de Industria Agroalimentaria y Distribución de Aenor, «el consumidor da por hecho ya la seguridad alimentaria y emergen nuevas tendencias ligadas a la sostenibilidad, pero debe ser social, medioambiental y también económica. Aenor certifica ya la huella de carbono y el bienestar animal, que el consumidor asocia con algo ético. Pero es que los animales bien criados son más productivos, tienen menos enfermedades y consumen menos antibióticos».

David Erice, del equipo técnico de UPA, incide en la importancia de la comunicación. «Antes la gente tenía mucha información sobre lo que es un alimento y de dónde viene, pero la sociedad se ha urbanizado y en unas décadas se ha perdido ese conocimiento. Ahí no empezamos de cero, sino en negativo, y cambiar esa tendencia es importante». La clave, en su opinión, es que «en España tenemos diversos modelos de producción y ninguno es sostenible por naturaleza. La sostenibilidad consiste en hacer las cosas bien, porque el medio ambiente tiene muchas derivadas y a veces un método muy sostenible en materia de residuos desde el punto de vista de erosión lo es menos».

De hecho, según Erice, «el sector agrario es de los más perjudicados por el cambio climático. Muchos agricultores no entendían que cosechar dos semanas antes de lo habitual suponía una adaptación a ese fenómeno, pero es así. Sin embargo, hay la percepción de que éramos los causantes. No hay que ver a la agricultura como un problema, sino como parte de la solución. Manejamos un aspecto fundamental que es el suelo, que puede ser una fuente de captación de carbono».

La solución al cambio climático sin agricultura no es posible. Juan Sagarna, director del departamento de Sostenibilidad, Calidad e Innovación de Cooperativas Agro-alimentarias de España, ha trabajado en la vertiente energética, a través del proyecto SCOoPE, recién concluido. «Aborda estrategias de ahorro energético, con la consiguiente reducción de emisiones de efecto invernadero, y de introducción de energías renovables. La primera conclusión es que no hay barreras para la alianza de actores similares, aliémonos a nivel español, pero también con otros agentes y cooperativas del resto de Europa», dice.

Corteva: «Hay que producir lo mismo o más con menos, la sostenibilidad implica tecnología»

SCOoPE ha trabajado un concepto muy novedoso, los clusters energéticos. «Hemos agrupado a empresas que más o menos tienen los mismos procesos productivos e industriales, y hemos monitorizado sus consumos energéticos durante más de un año. Si una deshidratadora de forrajes ha tenido éxito instalando una caldera de biomasa utilizando pellets agrarios, por qué no un secadero de cereal o una almazara», explica Sagarna.

Trabajando con proveedores de servicios energéticos y de tecnología de procesos industriales, «hemos conseguido ahorros de 83 gigavatios/hora anuales, que vienen a suponer el 10% del consumo energético global de las industrias».

Digitalización

«La digitalización es imparable», afirma Antonio Bravo. «Desde Corteva, incluso antes de tocar la campana en Wall Street, se identificó el fenómeno, compramos la empresa Granular de software agrícola y hemos hecho acuerdos con otras. Hace un par de meses, Corteva puso en funcionamiento la mayor flota agrícola de drones del mundo. Al final no son más que herramientas para tomar mejores decisiones. Eso se combina con ser una empresa de insumos no sólo agrícolas, sino también en semillas y fitosanitarios».

En cuanto a los puntos calientes de la era digital en el campo, destaca que «hoy cualquier tractor lleva localización gps, es capaz de hacer siembra, cosecha y tratamientos con una precisión de centímetros. Tenemos sensores midiendo riqueza de agua, nitrógeno, hojas, estamos trabajando en ser capaces de sacar conclusiones de manera más automatizada».

David Erice apostilla, en ese sentido, que «siempre se ha visto la digitalización como algo que sólo podía tener cabida en las grandes explotaciones, donde se maneja mucha superficie y el paso que se está buscando es que cualquier explotación agraria familiar en España sea capaz de poner esa información a su disposición».

Una de las líneas de futuro es la colaboración de todos los agentes de la cadena. «Nos hemos dado cuenta de que cada uno por separado tiene un camino muy complicado. Cuando te pones a trabajar en un proyecto y mezclas a una gran multinacional con un agricultor de Soria, alguien puede decir que no encaja, pero al final el sector se ha dado cuenta de que sí. Ahora nos faltaría ser de unir en esa coctelera al último eslabón que es el consumidor, si fuese capaz de parti-

MILA LAFUENTE

David Verano (Aenor) y Juan Sagarna (Cooperativas).

cipar en esa colaboración desde el principio valoraría de otra manera esa sostenibilidad y estaría dispuesto a pagar un poco más».

Según Felipe Medina, estamos mucho mejor que hace 10 años en materia de colaboración en el ámbito de la cadena agroalimentaria, «pero todavía muy lejos de donde deberíamos estar. Tenemos que pasar de consumir lo que se produce a producir lo que se consume, si el consumidor necesita sandías más pequeñas tendremos que poner la cadena a funcionar para hacerlas».

Precisamente, sobre las tendencias de consumo del futuro el responsable de Asedas apunta, además de la sostenibilidad, «la conveniencia, es decir, el producto de calidad que sea fácil de preparar y cocinar. Y con el *driver* de salud, las generaciones jóvenes están apostando por el consumo de frutas y hortalizas, aunque de forma diferente a sus padres, porque comen acelgas, pero no saben pelarlas. Y la última tendencia es la proximidad, en España tenemos una distribución al nivel de farmacias y colegios públicos, y garantizar que el mayor número de personas puede ir andando a comprar también es sostenibilidad».

«Debemos conseguir que la opinión pública entienda que la red agroalimentaria en España tiene casi tanta relevancia como el turismo», dice Antonio Bravo. «En la misión de Corteva aparece no sólo el agricultor, sino el consumidor como destinatario de nuestro trabajo. Una de las cosas a las que nos enfrentamos es a la impredecibilidad de la normativa, y entendemos que en la mayoría de los casos vendrá definida por lo que los consumidores perciban».

Plástico y biomateriales

David Verano pone el acento en las contradicciones cada vez más habituales acerca de la sostenibilidad. «Ahora está el foco en el plástico, pero nadie habla de lo que ha contribuido a eliminar desperdicio alimentario gracias a los nuevos formatos y las atmósferas protectoras. Hay cultivos que se están pensando para hacer envases y bolsas, cuando un porcentaje muy alto de la población se muere de hambre. Hay que defender el medio ambiente, pero sin perder el norte. De hecho, si nos fijamos en la huella de carbono, uno de los retos de la producción ecológica es su impacto en packaging y transporte».

UPA: «En España en principal problema es la erosión, y nadie habla de ello»

«Las normas de seguridad alimentaria deben estar por encima del tender a la sostenibilidad», le secunda Felipe Medina. «Con el tema de los plásticos estamos teniendo un problema en las tiendas de gente que viene a pedir carne y pescado en el táper de su casa, poniendo en riesgo su seguridad alimentaria. No podemos empezar la casa por el tejado».

Juan Sagarna matiza que, aunque no hay un problema de producción de alimentos suficientes, «sí hay un problema de distribución. En ese sentido es muy sensato aprovechar muchos coproductos de la producción alimentaria como base para biomateriales que puedan sustituir al plástico en el futuro. Es cierto que no es lo mismo hablar de colesterol y de medio ambiente, pero existe una corriente científica reciente que intenta agrupar ambos conceptos bajo la idea One Health. Tenemos que subirnos a ese caballo en lo que nos interesa: numerosas publicaciones científicas validan las producciones habituales del ámbito mediterráneo por su buen comportamiento medioambiental y en materia de salud».

Las cooperativas dedicaron su última asamblea general al cambio climático. Una de las conclusiones fue que «no es lo mismo que un agricultor decida trabajar el suelo de una forma que si lo hacen 100 de manera conjunta. En ese caso, tendremos resultados de eficiencia energética y reducción de agroquímicos y además la biodiversidad de todo ese terreno mejorará de forma sustancial. Ese enfoque colectivo es el que tratamos de inculcar», afirma Juan Sagarna.

Según David Erice, aunque «el consumidor es el destino final de lo que hacemos y decide si quiere o no comprar, hay que decirle las cosas que se pueden hacer y las que no. A lo mejor el problema es que cree que hay barra libre, que es el jefe. Somos muy dados a pedir mucho las cosas socialmente aceptadas, pero luego en el día a día nuestras decisiones van por otro lado. Al consumidor le tenemos que decir que hasta aquí hemos llegado».

En cuanto a la sostenibilidad, el técnico de UPA advierte de que «Francia y Alemania tienen una estructura totalmente distinta a la nuestra y a lo mejor pueden estar más preocupados por la contaminación de aguas o los purines, pero en España el principal problema es la desertificación y erosión, y con el cambio climático se va a ver acrecentado. Sin embargo, no entra dentro de las prioridades para nadie, y me refiero sobre todo a la Administración».

«Todo lo que sea acelerar la introducción de nuevas tecnologías al campo ayuda a la sostenibilidad, bien porque sean semillas más productivas, bien porque sean mejores prácticas agrícolas, bien porque sean productos diferentes», concluye Bravo.

SOMOSMUJERESTECH

María José Talavera

La comunidad

Hablamos tanto de innovación que corremos el riesgo de que el termino pierda valor. Ser capaz de plantear ideas, aun siendo un avance, no hace que se logre nada. Lo que nos ha hecho progresar ha sido la capacidad de ejecutar. El convertir las ideas en realidad. Las empresas necesitan dos tipos de personas, las que piensan y las que hacen. Según un reciente estudio llevado a cabo por VMware y Cass Business School, la mayoría de las empresas facilitan la creatividad en las organizaciones, pero luego falta la gente adecuada, los procesos y la tecnología para materializar esa creatividad en resultados tangibles, esto es lo que se llama la «brecha entre innovación y ejecución».

Esa brecha es más dañina de lo que parece en un principio; ya que se tiende a pensar que facilitando la creatividad hemos cumplido, podemos decir que la Empresa apuesta por la innovación... pero nos hemos quedado en la parte «académica», falta la ejecución.

Esa es la brecha que diferencia a las empresas exitosas y sostenibles de las que no lo son.

Una de las mejores aproximaciones para «materializar» la innovación es analizar las sinergias interdepartamentales e interpersonales, romper silos y abrirse a un ámbito más allá de la propia empresa, facilitar la compartición de iniciativas y buscar los puntos de ejecución común.

Si hay una industria que ha aprendido esto es la industria de la Tecnología de la Información (TI). Ha aprendido a reconocer que en el proceso de innovación ejecutable existe una cadena de valor extramuros y que simplemente Competir, sólo fragmenta y ralentiza el resultado en detrimento de los consumidores, los clientes y los ciudadanos. Es hora de Coopetir, de poner por encima de las empresas un bien común mucho mayor. Un buen ejemplo de las iniciativas para desarrollar esa «Coopetición Extramuros» ha sido la pasada edición en Barcelona del VMworld. Un foro en el que VMware convoca a más de 14.000 asistentes que tienen oportunidad de ver como se colabora con más de 100 compañías de la industria tales como AWS, HPE, IBM, Microsoft, Fujitsu o DELL desarrollando soluciones conjuntas que van más allá del ámbito de cada empresa.

Muchas de esas empresas compiten entre sí, no obstante, colaboran en la materialización de la innovación digital y se respira un clima de objetivo común... acortar la brecha de transformación digital. No hay llaneros solitarios; el sentimiento de comunidad prevalece, la empresa pasa a la dimensión de ecosistema empresarial... y se pasa a la ejecución. A veces me pregunto si los partidos políticos podrían contagiarse del espíritu del VMworld.

MARÍA JOSÉ TALAVERA es directora general de VMWARE IBERIA