Hispatec acude a Expoliva como referencia de la digitalización agroalimentaria

La empresa de tecnología digital para la agricultura Hispatec será una de las firmas que estarán presentes en la próxima edición de Expoliva, la muestra internacional que aglutina al mundo del aceite de oliva y sus industrias afines.

> La feria, que se desarrollará entre los próximos días **15 y** 18 de mayo en Jaén, será el escenario idóneo para la presentación de los últimos desarrollos de la empresa almeriense para el sector oleícola.

Hispatec es una de los grandes protagonistas del ágil proceso de digitalización que está viviendo la agricultura mediterránea en los últimos años. **Sus soluciones cubren cada vez más procesos de la cadena de suministro agroalimentaria,** un requisito básico para que la transformación digital del sector sea exitosa.

En casos como el del olivar, la digitalización presenta al mismo tiempo oportunidades y desafíos. Francisco Acosta, representante de Texla Control, empresa distribuidora de Hispatec para las zonas de Jaén, Córdoba, Sevilla y Cádiz, señala que "**la entrada de nuevas tecnologías está costando más en el olivar que en otros sectores".** Los motivos que esgrime para explicar este

hecho son “una producción más atomizada que en la industria hortofrutícola y unas estructuras económicas más tradicionales que, por ejemplo, en la industria hortofrutícola”.

Algo que, sin embargo, esta cambiando. “**Hace no demasiado, en el sector del olivar no existían los sistema ERPs. Hoy la digitalización ya es algo inevitable”,** asegura Acosta. Hispatec también juega un papel destacado en la modernización del sector oleícola. El mejor ejemplo es el caso de Innolivar, un proyecto en el que participa Hispatec que involucra a organismos europeos y españoles para la implantación definitiva del big data y la inteligencia artificial en la agricultura olivarera.

Bajo la premisa de que la tecnología de datos juega ya un papel central en el presente y el futuro de la industria agroalimentaria, el sector del olivar empieza a despertar de su letargo digital. Francisco Acosta advierte de que “**ahora son los propios agricultores los que piden saber más de forma precisa acerca de lo que ocurre en sus cultivos”.**

En este contexto, Hispatec continúa liderando desde hace más de 30 años la implantación digital en la agricultura española. Surgida al calor del ‘boom’ hortofrutícola almeriense, la multinacional, que ya cuenta con una destacada presencia en Latinoamérica y el norte de África, aumenta cada año su hoja de productos y servicios.

Custodio López, consultor de Hispatec Analytics para la zona del suroeste peninsular, explica que “Hispatec ofrece soluciones modulares que se adaptan a las necesidades y el tamaño de cada empresa: pueden ser productos para temas específicos, como la sensorización, el cuaderno de campo digital o nuestros ERPs, pero nuestras soluciones tecnológicas permiten integrar a todos los eslabones de la cadena de producción y suministro”.

La cartera de clientes de Hispatec no solo se reduce a las empresas agroalimentarias, sino que también se enfocan a otros actores del sector. “Nuestros clientes van desde empresas grandes a pequeños agentes que tienen que gestionar por sí mismos todos sus procesos; empresas de servicios o equipamiento auxiliar ‘llave en mano’, a las que les prestamos nuestros servicios tecnológicos; a empresas de fitosanitarios a las que podamos ayudarle a estimar posibles virosis, como ya hicimos con la mosca del olivo; a gestores de fincas que ofrecen servicios de asesoramiento, etc.”.

Todo esto es posible gracias al amplio rango de servicios de la empresa, que **abarcan desde la gestión y almacenamiento de datos a la analítica predictiva.**