

#HortiDATA2020

Horti **DIGITAL** DATA

I FORO DE INNOVACIÓN DIGITAL HORTÍCOLA

CUADERNILLO RESUMEN

5 NOV
9:30H

Parque Científico
Tecnológico de
Almería (PITA)
Edificio Pitágoras

ORGANIZADORES



ORGANIZADORES



PATROCINADORES



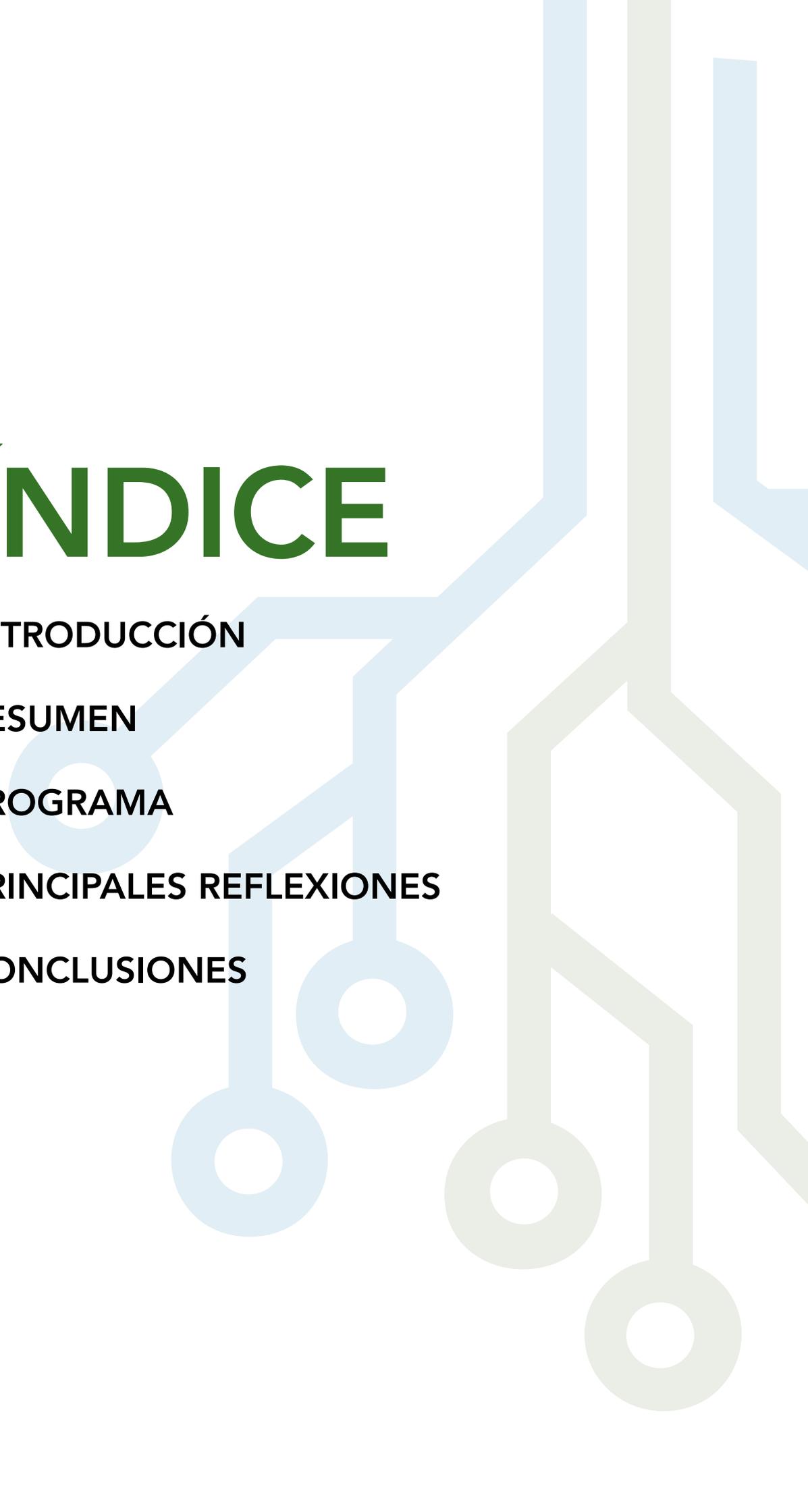
COLABORADORES



MEDIA PARTNERS



ÍNDICE



INTRODUCCIÓN

RESUMEN

PROGRAMA

PRINCIPALES REFLEXIONES

CONCLUSIONES

INTRODUCCIÓN

El Auditorio del Parque Científico Tecnológico de Almería (PITA) acogió el 5 de noviembre de 2020 la celebración del I Foro de Innovación Digital Hortícola, Horti DATA 2020. Una primera edición de un evento que tras su buena acogida se postula como un verdadero referente nacional en cuanto a digitalización del sector hortícola y escaparate para mostrar al sector los avances que la digitalización ofrece.

A través de un formato híbrido, la sesión se retransmitió de manera online en streaming. El evento contó con un aforo presencial completo de 75 asistentes y más de 250 personas inscritas telemáticamente, ya que la jornada se retransmitió a través del canal de Youtube de Siete Agromarketing, entidad organizadora, y del perfil de Facebook de eComercio Agrario, así como en las redes sociales de Twitter e Instagram a través del hashtag #HortiDATA2020.

Asistencia Presencial

La actual crisis sanitaria provocada por la Covid-19 obligó a los organizadores del evento, Siete Agromarketing, UPA Nacional y UPA Andalucía, a limitar el aforo presencial a 75 personas, cuando el lugar elegido permitía la presencia de 237 personas.

En este sentido, los organizadores adoptaron todas las medidas de seguridad necesarias para garantizar un evento seguro para los asistentes presenciales, activando los protocolos de limitación de aforo, registro interno de los asistentes, distancia de seguridad y parámetros de limpieza y desinfección de los elementos comunes.

Asimismo, se pusieron a disposición de los asistentes en sala geles hidroalcohólicos, control de temperatura para acceder a las instalaciones, delimitando el uso de las butacas a la distancia reglamentada y proveyendo a los ponentes de pantallas protectoras transparentes para que además de protegerles, los asistentes tanto presenciales como virtuales pudieran verles las caras.





YoSoy
Andalucía
AgrotechDIH

Andalucía
se mueve con Europa

¿Quiénes somos?

Andalucía Agrotech Digital Innovation Hub es el mayor ecosistema regional europeo para acelerar, acompañar y canalizar la innovación digital en el sector agroalimentario.

 www.andaluciaagrotech.es

 [@DIHAndAgrotech](https://twitter.com/DIHAndAgrotech)

 [@andalucia-agrotech-dih](https://www.linkedin.com/company/andalucia-agrotech-dih)

 dih.andalucia.agrotech@juntadeandalucia.es



Asistencia Online

El I Foro Horti DATA 2020 se transmitió en directo a través del canal Youtube de Siete Agromarketing, alcanzando una audiencia constante superior a las 120 personas, que además interactuaron con los ponentes y moderadores a través del Chat que se habilitó para la ocasión.

El vídeo íntegro continúa disponible en Youtube y cuenta ya con más 700 visualizaciones.



Líder en Software y Soluciones
Tecnológicas para la Agricultura

Control de Presencia



Control y gestión del tiempo invertido por los trabajadores. La mejor manera de evitar fraudes y/o errores en la supervisión obligatoria utilizando un móvil o una terminal biométrica.

Control de Producción



Gestión del proceso de Producción en Planta al detalle para obtener más rentabilidad y un control de costes más preciso en tiempo real.

App para socios



Creas tu propia Red Social con Socios y Agricultores. Información sobre las actividades de la empresa, noticias, gestiones, avisos... y todo desde el móvil.



compra en tu municipio



ATENCIÓN CERCANA Y DE CALIDAD



VIDA PARA TU MUNICIPIO Y TU COMARCA



**EN LA CESTA DE TU COMPRA ESTÁ
EL FUTURO DE NUESTROS PUEBLOS**



**DIPUTACIÓN
DE ALMERÍA**

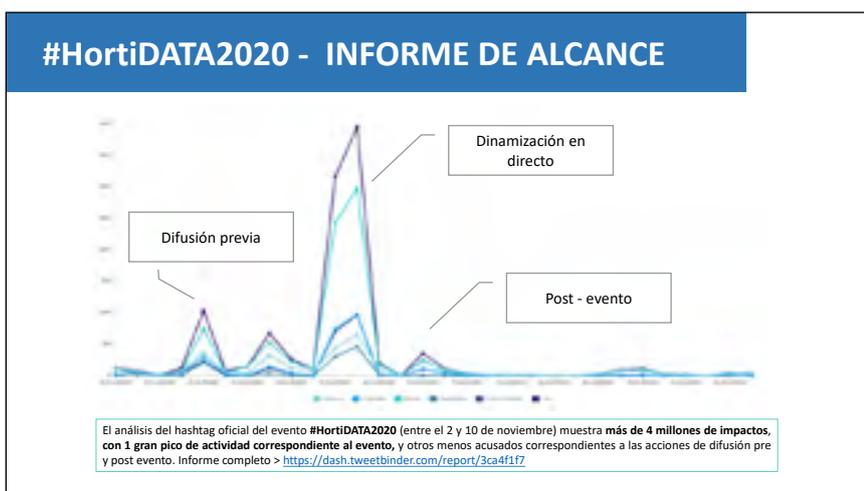
RRSS

El evento se pudo seguir además por redes sociales a través del hashtag #HortiDATA2020.

Durante la jornada, este hashtag consiguió un impacto superior a dos millones de impactos, entre los usuarios que estaban siguiendo de forma directa el debate y entre los que compartieron algún tweet con información referente al Foro. Unos resultados que demuestran la importancia y la repercusión que este evento tuvo a nivel nacional, la calidad de los ponentes, expertos en digitalización y agricultura de precisión, con que contó y el interés de los contenidos que se expusieron durante toda la mañana.



En los días posteriores, el impacto en Redes Sociales continuó creciendo, superando la cifra de cuatro millones de impactos potenciales (4.035.835), con 150 usuarios totales y un alcance potencial de 454.655, así como un total de 1082 tweets y un 76,52% de retweets.



Twitter fue la red social donde se han obtenido mejores resultados ya que se trata de una red donde prima la inmediatez en el conocimiento y difusión de la información.

Unos excelentes resultados para una primera edición que demuestran que la conversación alrededor de la digitalización en la producción hortícola traspasa la frontera física, llegando a las redes sociales.

#HortiDATA2020 - INFORME DE ALCANCE

Gracias a la gestión de IM, la cuenta de eCA obtuvo el mayor impacto del hashtag con +1.000.000 de impactos, situándose junto al perfil de @HortiDATA como los más activos del evento.
De forma adicional, el networking digital desplegado por los perfiles propios de Integral Media ha contribuido con aproximadamente otro millón de impactos sobre un público 100% del sector agro con alto grado de tecnificación.

#HortiDATA2020 - INFORME DE ALCANCE

Organización	Fuente	Alcance	Fuente	Alcance
AGROBANK	1.000.000	1.000.000	AGROBANK	1.000.000
AGROBANK	1.000.000	1.000.000	AGROBANK	1.000.000
AGROBANK	1.000.000	1.000.000	AGROBANK	1.000.000
AGROBANK	1.000.000	1.000.000	AGROBANK	1.000.000
AGROBANK	1.000.000	1.000.000	AGROBANK	1.000.000
AGROBANK	1.000.000	1.000.000	AGROBANK	1.000.000
AGROBANK	1.000.000	1.000.000	AGROBANK	1.000.000
AGROBANK	1.000.000	1.000.000	AGROBANK	1.000.000
AGROBANK	1.000.000	1.000.000	AGROBANK	1.000.000
AGROBANK	1.000.000	1.000.000	AGROBANK	1.000.000

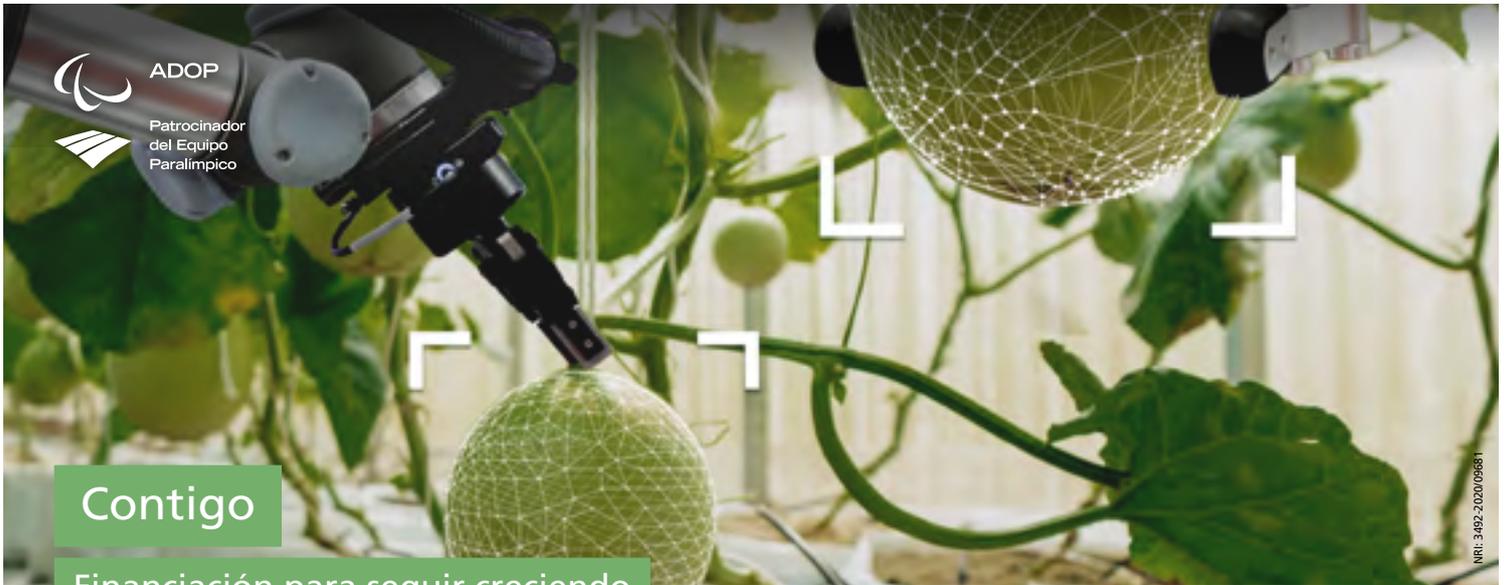
#HortiDATA2020 - INFORME DE ALCANCE

Mejores tweets @Hortidata



#HortiDATA2020 - INFORME DE ALCANCE

Mejores tweets @SieteAgromarket



Contigo

Financiación para seguir creciendo

Juntos seguiremos creciendo

En CaixaBank cuentas con el apoyo de más de 3.000 gestores especialistas que te ayudarán a seguir creciendo, ofreciéndote soluciones de financiación que faciliten tu día a día y te permitan impulsar la ampliación y modernización de tu explotación. Acércate a cualquiera de nuestras más de 1.000 oficinas AgroBank o, si lo prefieres, ahorra tiempo en desplazamientos solicitando nuestros productos de financiación a través de CaixaBankNow.

AgroBank, pasión por el mundo agro

www.CaixaBank.es/agrobank

RESUMEN



El Auditorio del Parque Científico Tecnológico de Almería (PITA) acogió el 5 de noviembre de 2020 la celebración del I Foro de Innovación Digital Hortícola, Horti DATA 2020. Una primera edición de un evento que tras su buena acogida se postula como un verdadero referente nacional en cuanto a digitalización del sector hortícola y escaparate para mostrar al sector los avances que la digitalización ofrece.

A través de un formato híbrido, la sesión se retransmitió de manera online en streaming. El evento contó con un aforo presencial completo de 75 asistentes y más de 250 personas inscritas telemáticamente, ya que la jornada se retransmitió a través del canal de Youtube de Siete Agromarketing, entidad organizadora, y del perfil de Facebook de eComercio Agrario, así como en las redes sociales de Twitter e Instagram a través del hashtag #HortiDATA2020.

Almería, zona estratégica en cultivos hortícolas a nivel mundial

La importancia de Almería dentro del sector hortofrutícola a nivel nacional, internacional e incluso mundial, es de sobra reconocida. No en vano, la provincia ha sido durante décadas conocida como la Huerta de Europa y su producción apreciada por su calidad y excelencia. Una producción que además durante esta crisis sanitaria actual provocada por la Covid-19 no ha parado y ha garantizado el abastecimiento de alimentos frescos y sanos al mercado europeo.

Es por ello que no había mejor escenario para el desarrollo del I Foro Horti DATA 2020 que esta provincia. Y dentro de Almería, el PITA se convirtió en el mejor escenario posible para

acoger este evento, ya que como recordó el director general del PITA, Diego Clemente, el primero en tomar la palabra en el arranque de la jornada "el 60% de las empresa que tienen su sede en el PITA se dedican a la innovación y a la agricultura", tales como Hispatec.

Una jornada conducida por el periodista especializado en información agrícola José Antonio Arcos y que contó con la participación de expertos de primer nivel en materia de innovación y digitalización aplicada al sector hortícola.

Tras Diego Clemente, fue la directora de Siete Agromarketing, organizadora del evento, Gissèle Falcón, quién subía al atril para poner el acento sobre la elección de Almería para la realización de este foro porque "es una zona clave, estratégica en cuanto a cultivos hortícolas a nivel mundial, yo diría la principal y no se nos ocurriría lugar mejor para conocer de primera mano las nuevas tecnologías que harán posible una mejor digitalización al servicio del sector.

Creo que hoy más que nunca es necesario ser conscientes de la importancia de implantar ciertos avances que hagan del mundo hortícola y en general de la agricultura un sector más innovador de lo que se ha hecho y es. Un sector lleno de oportunidades aún por conocer y que tiene mucho que ofrecer".



5-7
OCT.
2021
MADRID - ESPAÑA

¡Forma parte de
la mayor Comunidad
Profesional Hortofrutícola!



TOCA VERNOS EN FRUIT ATTRACTION 2021,
el punto de re-encuentro para toda la cadena de valor hortofrutícola

Por su parte, el Secretario General de UPA, Lorenzo Ramos, participó de manera telemática, desde Extremadura, y durante su intervención incidió en que “las nuevas tecnologías se han abierto a un ámbito de nuestra vida, agricultura y ganadería, en las que no pueden estar ajenas”, al tiempo que añadió que “las NNTT nos pueden ayudar a mejorar los procesos de producción y ser más eficientes en nuestros cultivos”.

Ramos se refirió también a las oportunidades que se brindan en el ámbito de la trazabilidad del producto a lo largo de toda la cadena y para que “el consumidor final conozca con rigor y transparencia en qué condiciones se generan los productos”, así como las amplias posibilidades que generan para la venta directa del productor al consumidor final.

Pero el aspecto sobre el que hacía más hincapié el Secretario General de UPA era el de la brecha digital que aún perdura a nivel nacional, aprovechando este Foro para pedir una mayor conectividad de todo el territorio y la eliminación de la pobreza digital de las zonas rurales en cuanto a cantidad y calidad de conexión, pero también en cuanto a formación.

Horti DATA 2020 contó además con un apoyo directo tanto de la Consejería de Agricultura como de la Diputación Provincial de Almería.

La Tercera Revolución del Sector Hortofrutícola de Almería

El presidente de la Diputación Provincial de Almería, Javier Aureliano García, recordó durante su intervención las tres grandes revoluciones a las que se ha enfrentado hasta el momento el sector hortofrutícola de la provincia. El primero fue el primer invernadero que se creó en la provincia, en 1963, concretamente en Roquetas, y que daba pie al inicio de una agricultura de abrigo de la que actualmente forman parte más de 33.000 hectáreas. La segunda revolución llegó con el inicio del control biológico y la lucha integrada, con esa revolución de una agricultura más saludable y eficiente, mientras que la tercera la situó el presidente de la Institución Provincial en la revolución digital y comercial. “Estamos en el ojo del huracán de esa gran revolución”.

En este sentido, Javier Aureliano García puso el acento en la necesidad de trabajar en el reto de que el productor trate directamente con el consumidor. Es el momento de “que sean los consumidores los que demanden a las cadenas de distribución lo que quieren consumir. Si es así, tenemos que ir directamente al consumidor y para esto tenemos las nuevas tecnologías y la digitalización”.

Colaboración público-privada para seguir creciendo

La Consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible, Carmen Crespo, fue la encargada de cerrar el acto inaugural, destacando la importancia en este proceso de digitalización del sector de la unión y colaboración público-privada. Ejemplo de ello, Carmen Cres-

po puso el proyecto de Andalucía Agrotech Digital Innovation HUB, y la Plataforma de Comercialización e Innovación en la que se está trabajando junto a los sectores productivos de la provincia de Almería y que "va a ser pionera en el resto del mundo".

No faltaron en el discurso de la Consejera alusiones a temas fundamentales para el sector sobre los que se está trabajando en estos momentos como la PAC o la Nueva Ley de la Cadena Alimentaria que ha llegado ya al Congreso y sobre la que señaló Crespo que la Junta de Andalucía ha presentado numerosas alegaciones. Anunció también ayudas a la modernización de explotaciones agrarias, fondos operativos de Innovación o para Agroindustria, con especial atención a la digitalización.



Un acto inaugural que contó también con la asistencia de la Delegada del Gobierno de la Junta de Andalucía en Almería, M^a Isabel Sánchez Torregrosa; la Delegada Territorial de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible, Aránzazu Martín; y el Diputado Delegado del Área de Promoción Agroalimentaria y Régimen Interior de la Diputación de Almería, Antonio Jesús Rodríguez Segura.

Cuatro Bloques de análisis y debate

Digitalización de la Cadena de Producción

El I Bloque, que versó sobre la 'Digitalización de la cadena de producción', arrancó con la presentación telemática por parte de Josep Izquierdo, Vegetable Portfolio Solution Manager EMEA Bayer, de la Solución Digital de Bayer para el control de nematodos: Nematool.

Una herramienta que cuenta con una sonda de temperatura, que no requiere mantenimiento y que se coloca en suelo y que transmite datos a través de una aplicación para alertar sobre una correcta solarización del suelo antes de la plantación o bien, en su modo cultivo, de la

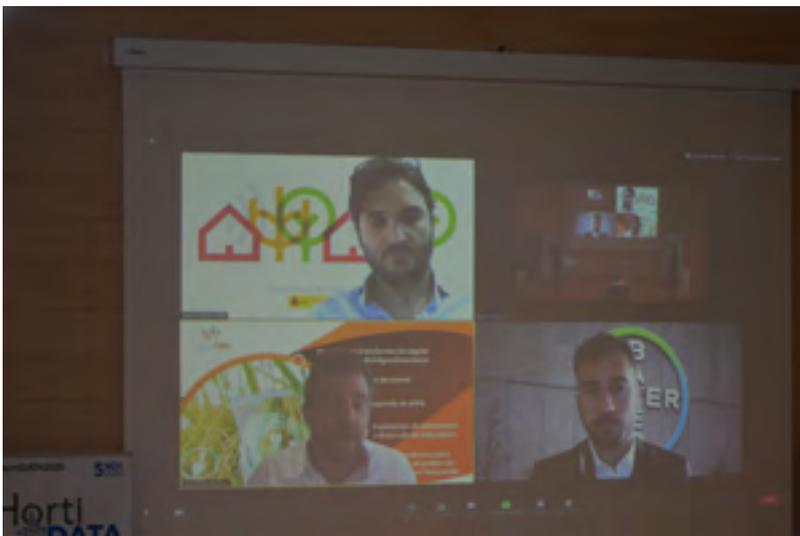


afectación de nemátodos para el correcto y eficiente uso del producto de Bayer Bio Act. Una herramienta que, por tanto, ayuda al agricultor en la toma de decisiones para optimizar los recursos y utilizarlos de manera más razonable. Una tecnología que Bayer ha estado desarrollando cuatro años para que sea cómoda de usar y fiable.

Seguidamente, se inició una tertulia en la que participaron Joaquín Fernández, Director de Desarrollo de UNIQ; Luis Miguel Fernández, Gerente de Coexpthal; Manuel Valverde, CEO de Agrowing Data; y Francisco Javier Mesas, Co-Director del Máster de Transformación Digital del Sector Agroalimentario de ETSIAM, de la Universidad de Córdoba.

Una mesa redonda donde se analizó desde la importancia de la formación en digitalización de los profesionales del sector como de los beneficios que su aplicación puede ofrecer al sector en cuanto a mejor conocimiento del mercado, y por tanto, mejora en la comercialización, como de optimización de costes de producción. De igual forma se puso el acento en la importancia de apostar por I+D+i para que el sector continúe creciendo.

Casos de Éxito



En el II Bloque: 'Casos de Éxito', se llevó a cabo una ponencia presencial a cargo de José Luis Estrella, Director General de Hispatec, quien profundizó sobre la 'Digitalizando desde la pre-cosecha hasta el consumidor final'.

Un ejemplo de Caso de Éxito en la aplicación de la digitalización es el de la empresa Trops, que presentó el propio Estrella. Una empresa especializada en producción y comercialización de mango y aguacate, y máximo exponente de la

industria 4.0. Solo la aplicación que utilizan sus socios en el control del cultivo les ha permitido incrementar un 30% el precio de su fruta frente a otras empresas del sector.

A continuación, tuvo lugar una mesa redonda integrada por Gonzalo Martín, Director Hispatec Analytics; Diego Luis Valera, Vicerrector de Investigación e Innovación de la Universidad de Almería; Pablo García-Nieto, Responsable Digital Farming Iberia Bayer; y Miguel Ángel Arroyo, Jefe de Servicio del Área de Digitalización de la SGID del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Durante esta tertulia se abordó tanto la necesidad de reducir la brecha digital del mundo rural, como la importancia de la investigación en el ámbito de la transformación digital, ya que la digitalización del sector agro es el futuro hacia el que apunta Europa en los próximos



sabores

ALMERÍA

*Cada bocado
una experiencia*

RESTAURACIÓN. VINOS. ACEITES. CONSERVAS.
PRODUCTOS ARTESANOS Y ECOLÓGICOS

saboresalmeria.com

QUALITY PRODUCTS FROM ALMERÍA (SPAIN)

tuprovincia

www.dipalme.org



DIPUTACIÓN
DE ALMERÍA

años con sus políticas. Una investigación y un avance en el que la colaboración público-privada debe funcionar para avanzar de manera decidida, rápida y eficiente. Un ámbito el de la digitalización que tendrá en su eje de acción, instrumentos y herramientas que contribuyan al medio ambiente y a la sostenibilidad.

PRESENTACIÓN PÁGINA WEB: Andalucía Agrotech Digital Innovation HUB

Por otra parte, cerró este bloque la presentación de la Página Web de Andalucía Agrotech Digital Innovation HUB (<https://www.andaluciaagrotech.com/>), por parte de José Antonio Adame, Asesor Técnico de Andalucía Agrotech DIH, de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible, de la Junta de Andalucía.

Un lanzamiento el de [andaluciaagrotech.com](https://www.andaluciaagrotech.com/) es que se produjo en primicia en el Foro Horti DATA 2020. Son 140 los miembros actualmente de este proyecto que pretende dotar de las herramientas necesarias al sector para tratar de conseguir una mayor eficiencia y sostenibilidad en los procesos e incrementar la competitividad de las empresas.



Asimismo, Adame también anunció en primicia para los participantes del Foro la nueva iniciativa en la que trabaja la Junta de Andalucía que se denomina Programa Conecta, para conectar empresas del sector agro con Starts up tecnológicas y del que darán más detalles en breve. Foto José Antonio Adame

Venta Directa: El papel de las plataformas online

El III Bloque de Horti DATA 2020, totalmente telemático, se centró en la 'Venta directa: El papel de las plataformas online'. Para ello se abrió un debate en el que tomaron parte Ignacio Biedma, SR Retailer Services Consultant Nielsen; Federico Aparici, CEO de Naranjas Lola; Raúl de la Vega, Product Owner de Correos Market; y Fernando Laviña- Richi, Director de Desarrollo de Negocio Claire.

Como un claro ejemplo de venta por internet y aprovechamiento de la potencialidad digital para este fin, Federico Aparici puso el ejemplo de Naranjas Loca que inició la venta en 2003 y que actualmente venden el 100% de su producción a través de Internet. Un aspecto en el que juega un papel fundamental la calidad del producto, pero también otros factores como el de conseguir que su producto llegue en 24 horas del árbol al cliente, manteniendo todo el olor y sabor de la fruta recién cortada.



Fernando Laviña presentó Claire Global, un market place inteligente e innovador que pone en contacto a la oferta con la demanda, la empresa productora con la empresa comercializadora. De Claire forman parte 1.350 empresas de 53 países desde principios de año.

Correos Market también acercó a los asistentes su experiencia de la que forman parte en año y medio que lleva activo más de 660 productores que tienen que producir, crear o tratar en mercado nacional como valor añadido para el consumidor, que recibe el producto en plazos de 24 a 48 horas.

El consultor Ignacio Biedma apuntó al crecimiento espectacular que tuvo durante el confinamiento por la Covid-19 la venta online y también el crecimiento de la preocupación por la salud.

Antes de llegar a la última ponencia de la mañana se procedió al visionado de un vídeo sobre la herramienta digital Nematool de Bayer.



AGRO

**EN BANKIA
NOS PONEMOS EN LA PIEL
DE TU EXPLOTACIÓN O NEGOCIO**

**Ponemos en tu piel es dar valor
a tu esfuerzo, y ofrecerte las
soluciones de financiación que
realmente impulsan tu negocio.**

Descubre nuestra gama de productos agro
en tu oficina Bankia Agro o en bankia.es

Bankia

Cómo llevar la marca al consumidor final

Finalmente, en el IV Bloque, la temática se centró en 'Cómo llevar la marca al consumidor final. Marketing online'. Un asunto que se trató en profundidad mediante una entrevista telemática con Javier Pérez de Leza, CEO de Future Retail.

Pérez de Leza indicó que dentro de la digitalización, la instrumentalización del departamento comercial en el mundo digital es clave.

Además el CEO de Future Retail apuntó como fundamental disponer de una web adaptada a los distintos dispositivos móviles, puesto que más del 60% de los usuarios acceden desde el móvil a la web y resulta fundamental estar en las redes sociales. Así, LinkedIn es una red en la que si no está la empresa, no existe, puesto que se convierte en un directorio de empresa, además del potencial que puede aportar que esté en ella todo el equipo directivo desde el punto de vista de mejora de la comercialización.

Asimismo, Pérez de Leza abordó algunos aspectos relacionados con la creación de marca entre los que destacó la necesidad de contar con un producto estable de alta calidad, diferenciado y realizar una inversión importante de marca para que se posicione bien en los lineales.



NADA NOS PARA



Almería, líder en Seguridad Alimentaria

La Clausura del I Foro de Innovación Digital Hortícola correspondió a Aránzazu Martín Moya, Delegada Territorial de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía, quien puso en valor que la provincia de Almería es líder en el uso de lucha integrada, con un incremento en la última campaña de 1.300 hectáreas en cuanto a control biológico, lo que deja 26.035 hectáreas en control biológico en la provincia.

Además en los últimos 9 años se ha conseguido cuadruplicar el número de hectáreas de agricultura ecológica en Almería, de manera que la última cifra registrada habla de más de 3.400 hectáreas.

Aránzazu Martín también aludió al elevado nivel de seguridad alimentaria de los productos hortofrutícolas de Almería, "que son los más limpios de la UE".



eCOMERCIOAGRARIO.COM



El mundo agro
en tus manos

Periódico digital de actualidad política y económica del sector agrario internacional

Síguenos en:  @eComercioAgr  @ecomercioagrario

Suscríbete a nuestros boletines

Horti DIGITAL DATA

I FORO DE INNOVACIÓN DIGITAL HORTÍCOLA

#HortiDATA2020

ORGANIZADORES



5 NOV
9:30H

Parque Científico
Tecnológico de
Almería (PITA)
Edificio Pitágoras

9.30H **INTRODUCCIÓN Y BIENVENIDA**

Moderador: **José Antonio Arcos.** Periodista Agroalimentario
Diego Clemente. Director General del Parque Científico-Tecnológico de Almería, PITA

9.35H **INAUGURACIÓN INSTITUCIONAL**

Gisséle Falcón. Directora General Siete Agromarketing
Lorenzo Ramos. Secretario General de UPA Federal
Javier Aureliano García. Presidente Diputación de Almería
Carmen Crespo. Consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible. Junta de Andalucía

10:00H **DIGITALIZACIÓN DE LA CADENA DE PRODUCCIÓN**

Presentación: Solución digital para el control de nematodos: Nematool

Josep Izquierdo. Vegetable Portfolio Solution Manager EMEA Bayer

TERTULIA:

Joaquín Fernández. Director de Desarrollo de UNIQ
Luis Miguel Fernández. Gerente Coexphal
Manuel Valverde. CEO Agrowing Data
Francisco Javier Mesas. Co-Director del Máster de Transformación Digital del Sector Agroalimentario. ETSIAM. Universidad de Córdoba

10.45H **CASOS DE ÉXITO**

Ponencia: "Digitalizando desde la pre-cosecha hasta el consumidor final"

José Luis Estrella. Director General Hispatec

TERTULIA:

Gonzalo Martín. Director Hispatec Analytics
Diego Luis Valera. Vicerrector de Investigación e Innovación de la Universidad de Almería
Pablo García-Nieto. Responsable Digital Farming Iberia Bayer
Miguel Ángel Arroyo. Jefe de Servicio del Área de Digitalización de la SGID del MAPA

11.30H **PRESENTACIÓN**

Andalucía Agrotech Digital Innovation HUB. Presentación Página Web.

José Antonio Adame. Asesor Técnico de Andalucía Agrotech DIH. Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible. Junta de Andalucía

11.45H **VENTA DIRECTA: EL PAPEL DE LAS PLATAFORMAS ONLINE**

TERTULIA:

Ignacio Biedma. SR Retailer Services Consultant Nielsen
Federico Aparici. CEO Naranjas Lola
Raúl de la Vega. Product Owner de Correos Market
Fernando Laviña-Richi. Director de Desarrollo de Negocio Claire

12.30H **ENTREVISTA B2B: CÓMO LLEVAR LA MARCA AL CONSUMIDOR FINAL. MARKETING ONLINE**

Javier Pérez de Leza. CEO de Future Retail

12:45H **CLAUSURA**

Aránzazu Martín Moya. Delegada Territorial de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible. Junta de Andalucía

PATROCINADORES



COLABORADORES



PRINCIPALES CONCLUSIONES

MODERADOR



José Antonio Arcos

Periodista especializado en Información Agroalimentaria

“Cuatro bloques donde desarrollar toda la cadena desde la producción al consumidor final, casos de éxito y tertulias con profesionales”

El periodista especializado en información agroalimentaria, José Antonio Arcos, fue el encargado de presentar y moderar la jornada, sobre la que puso en valor, el hecho de ser un proyecto diferente a todos los que probablemente ha habido hasta ahora en la provincia de Almería. Un evento físico pero sobre todo telemático, porque la mayor parte de la audiencia lo siguió por redes sociales.

“Vamos a hablar de la digitalización en el mundo agrícola y, quizás, la Covid-19 ha acelerado una acción en la que personalmente yo creo desde hace muchos años y que ya es una realidad como es el mundo de Internet, las nuevas tecnologías y la digitalización aplicados a la actividad agrícola. Cuatro bloques donde desarrollar toda la cadena desde la producción al consumidor final, casos de éxito, tertulias con profesionales y vamos a analizar desde la perspectiva del consumidor final”.

BIENVENIDA



Diego Clemente

Director General del Parque Científico Tecnológico de Almería (PITA)

“Es un orgullo celebrar en el PITA un evento como el I Foro Horti DATA 2020, organizado por Siete Agromarketing, que pone de manifiesto la valentía y las ganas de seguir adelante en un escenario poco optimista”

El Director General del Parque Científico Tecnológico de Almería (PITA) agradeció la presencia de importantes personalidades del mundo de la política provincial y autonómica en la inauguración y aseguró que “es un orgullo celebrar en el PITA un foro de innovación digital hortícola organizado por Siete Agromarketing que pone de manifiesto la valentía y las ganas de seguir adelante en este escenario poco optimista”.

Diego Clemente destacó las similitudes entre “una jornada donde la agricultura y la digitalización son protagonistas, igual que nuestro parque tecnológico, donde más de 60% de las empresas se dedican a estos sectores. Prueba de ello es que además de copatrocinadores hay aquí empresas como Hispatec, así como otras empresas de nuestro entorno y conexión con la Universidad de Almería”.

INAUGURACIÓN



Gisséle Falcón

Directora General de Siete Agromarketing

“Creo que hoy en día es más necesario que nunca ser conscientes de la importancia que tiene implantar ciertos avances que hagan del mundo hortícola y en general de la agricultura un sector más innovador de lo que es”

La directora general de Siete Agromarketing, Gisséle Falcón, mostró su agradecimiento a las instituciones colaboradoras como Diputación Provincial de Almería y la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo

Sostenible, así como a todos los patrocinadores, colaboradores y media partners, como ejemplos de apuesta por la innovación y la digitalización del sector hortícola.

“Un foro híbrido que apuesta por la digitalización en un panorama diferente pero creo que se tiene que seguir haciendo eventos con todas las medidas de seguridad como lo estamos haciendo y seguir innovando en el sector de la agricultura”, señaló Falcón.

Un foro híbrido que apuesta por la digitalización agrícola, organizado por Siete Agromarketing y con UPA Federal y UPA Andalucía como aliado en la coorganización y en la apuesta por la formación digital, por el productor, por los agricultores y por el uso de herramientas para mejora de los cultivos y su comercialización.

“Creo que hoy en día es más necesario que nunca ser conscientes de la importancia que tiene implantar ciertos avances que hagan del mundo hortícola y en general de la agricultura un sector más innovador de lo que es. Un sector lleno de oportunidades aún por conocer y que tiene mucho que ofrecer”, hizo hincapié la Directora General de Siete Agromarketing.



Lorenzo Ramos

Secretario General de UPA Federal

“Las Nuevas Tecnologías se han abierto paso en ámbitos de nuestra vida que hace unos años no nos atrevíamos a imaginar. La agricultura y la ganadería no pueden ser ajenos a la utilización de estas herramientas”

El Secretario General de UPA Federal puso el acento durante su intervención en que “las Nuevas Tecnologías nos pueden ayudar a mejorar nuestros procesos de producción y ser más eficiente en la utilización de recursos, ajustar la dosis de abonado a las necesidades del cultivo, aplicar los productos fitosanitarios en su cantidad justa, aprovechar cada gota de agua. Todos ellos, aspectos en los que las nuevas herramientas tecnológicas van a jugar un papel importante” y recordó que una mayor eficiencia en el uso de los recursos e insumos “va a tener repercusiones económicas y medio ambientales en nuestra actividad”.

Lorenzo Ramos también apuntó a la trazabilidad a lo largo de la cadena como otra de las ventajas que ofrecen las nuevas tecnologías y a la posibilidad para la venta directa que abren las herramientas tecnológicas, acortando la cadena de valor y contribuyendo a que los productores reciban la remuneración justa que les corresponde por el trabajo y recursos materiales invertidos en su actividad.

“Para UPA la digitalización y las nuevas herramientas tecnológicas deben servir para poner en valor y apoyar el modelo de agricultura familiar y modelo que necesita de la digitalización y de la agricultura de precisión para ser competitivo y seguir contribuyendo a la sostenibilidad medioambiental, la seguridad alimentaria y la cohesión social del medio rural”.

Y finalmente Lorenzo Robles puso abogó por otro importante hito como es la eliminación de la pobreza digital en las zonas rurales “que impide a agricultores y ganaderos una conexión rápida y fiable. Si no reducimos esa brecha digital en cantidad y calidad de conexión pero también en formación el sector agrario se quedará fuera de la revolución tecnológica, perdiendo la competitividad y una excelente oportunidad para impulsar el relevo generacional tan necesario para el sector”.



Javier Aureliano García

Presidente de la Diputación Provincial de Almería

“Este foro es de vital importancia para el futuro de la agricultura almeriense. Queremos seguir siendo espejo de la agricultura en todo el mundo. No queremos ir detrás ni tener ejemplo de nadie, sino seguir siendo ejemplo para todo el mundo”

El Presidente de la Diputación Provincial de Almería, Javier Aureliano García ofreció una interesante reflexión durante su intervención en la que dividió la historia de la agricultura

almeriense en tres grandes revoluciones.

“La primera fue la agricultura de abrigo. Levantar ese primer invernadero en 1963 en Roquetas sin tener ni idea de lo que iba a pasar después desarrolló lo que se conoce hoy en día como la mayor Huerta de Europa y como la mayor extensión de invernaderos que hay concentrada a nivel mundial. Más de 33.000 hectáreas cultivando salud”.

La segunda gran revolución la situó el Javier Aureliano García “en la segunda generación de agricultores, que dio un paso más eliminando productos que no beneficiaban a la salud y empezó a desarrollar la lucha integrada, la agricultura limpia y esa revolución de productos muy saludables. Eso unido precisamente al uso eficiente del agua, que para nosotros es fundamental. Y ahora llega la tercera revolución. Una revolución que viene aparejada con la tercera generación desde que se plantó el primer invernadero y que es la revolución digital y la revolución comercial. Creo que ahora mismo estamos en el ojo del huracán de esa tercera revolución”.

En este punto, el Presidente de la Diputación Provincial de Almería destacó que “no podemos mirar hacia otro lado cuando vemos que el mundo está siendo más global, que podemos vender nuestras propias hortalizas a golpe de clic, y cuando ahora podemos tener mucho más contacto e invertir la cadena de comercialización. De aquí para atrás, los catadores de nuestros productos eran los CEOs de las cadenas de distribución. Hay que invertir esa curva para que ahora sean los consumidores los que exijan lo que quieren consumir y los que les demanden a esas cadenas de distribución nuestros productos. Tenemos que ir directamente al consumidor y para eso están las nuevas tecnologías y la innovación”.

“Nosotros tenemos la ventaja de cultivar salud, de cultivar una agricultura totalmente limpia, con un invernadero solar que lucha contra el cambio climático porque es un gran sumidero de CO2. Estamos bajando la temperatura cuando en el resto del mundo está subiendo. Tenemos la gran suerte de vivir en la cuna de la dieta mediterránea. Miles de agricultores se levantan todos los días para cultivar y exportar salud. Gracias a los agricultores y productores de la provincia de Almería y de otras zonas de España, Europa puede consumir sano cuando de no ser por nosotros no podría”, afirmó Javier Aureliano García.



Carmen Crespo

Consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible

“La digitalización junto con la protección medio ambiental, son leiv motiv de cualquier actuación de esta comunidad”

La Consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible indicó cómo esta pandemia de la Covid-19 ha provocado un rápido avance precisamente de las cuestiones digitales.

En esta línea, Carmen Crespo señaló que el Presupuesto para 2021 de la Junta de Andalucía incluye una parte importante que tiene que ver con la digitalización y con la Nueva Agencia Digital de Andalucía, que permite agrupar toda la cuestión digital de la Junta de Andalucía para ser más eficientes.

“Apostamos por la alianza público-privado. El sector agroalimentario tiene unos retos de futuro importantísimos que son ganar dimensión, hacer empresas más competitivas para poder entrar en el mercado, la internacionalización que buscamos todos, evitando los vetos que tenemos como el veto ruso, los aranceles de EE UU o el Brexit con Reino Unido”, señaló Crespo, al tiempo que destacó también el Plan Estratégico para la mejora de la competitividad que ha contado con gran participación del sector agroalimentario.

Crespo indicó que el Agrotech Digital Innovation Hub puesto en marcha por la Administración autonómica incorpora “observatorio de tendencias, ayudas y estrategias de financiación futuras, todo esto sumado a la formación y a la capacitación hacia dónde va nuestro sector agro del futuro”. Pero también posibilidades a más cuestiones como “una plataforma de comercialización e innovación en la provincia que está más aventajada en las cuestiones de innovación en agricultura que es la provincia de Almería y que creo que va a ser pionera en el mundo. También querían una web app de referencia para agricultores y empresarios como modelo predictivo, con datos que permitan saber qué producción vamos a tener y cómo se va a comportar, datos de comercio, que permitan saber cómo se va a comercializar la producción en el resto del mundo y decir cuál es el momento actual”.

Asimismo, la Consejera apuntó a los 60 millones de euros a la modernización de explotaciones agrarias “que muchos estaban esperando y que ya hemos sacado. Los grupos operativos de innovación incorporan más recursos, 17,4 millones de euros para el incremento de 6,5 en estos grupos que incorporan la innovación, y las subvenciones a la Agroindustria con 82 millones de euros, que tiene incluidas medidas dirigidas a la modernización de instalaciones y a la innovación”.

DIGITALIZACIÓN EN LA CADENA DE PRODUCCIÓN

PRESENTACIÓN. SOLUCIÓN DIGITAL PARA EL CONTROL DE NEMÁTODOS



Josep Izquierdo

Vegetable Portfolio Solution Manager EMEA Bayer

“No existen tecnologías de este tipo en el mercado que mejoren la sostenibilidad de la gestión de Nemátodos en el entorno de cultivos protegidos, mediante el soporte digital, incrementando la eficiencia del uso de sustancias de control y manejo general”

El Vegetable Portfolio Solution Manager EMEA Bayer presentó Nematool, una herramienta que cuenta con una sonda de temperatura, que no requiere mantenimiento y que se coloca en suelo, transmitiendo datos a través de una aplicación para alertar sobre una correcta solarización del suelo antes de la plantación, o bien, en su modo cultivo, de la afectación de nemátodos para el correcto y eficiente uso del producto de Bayer Bio Act.

“Una herramienta que, por tanto, ayuda al agricultor en la toma de decisiones para optimizar los recursos y utilizarlos de manera más razonable. Una tecnología que Bayer ha estado desarrollando cuatro años para que sea cómoda de usar y fiable”, señaló Josep Izquierdo, quien incidió en que “nos llenamos la boca de proyectos para mostrar que nuestros productos son producidos de forma sostenible, pero tenemos un punto negro que es aún el uso masivo de fumigantes para desinfección de suelos”.

“Esta tecnología la hemos desarrollado para que sea muy compacta, muy adaptada a unas condiciones duras de campo y fácil de comprender sin ningún nivel tecnológico”, indicó Josep Izquierdo.

Y es que los nemátodos son posiblemente uno de los mayores problemas que tiene el agricultor de cualquier parte del mundo y Nematool se convierte en una propuesta de innovación como la que actualmente no existen en el mercado “que mejora la sostenibilidad de la gestión de Nemátodos en este entorno de cultivos protegidos, mediante el soporte digital, mejorando la eficiencia del uso de sustancias de control y manejo general”.

TERTULIA



Joaquín Fernández

Director de Desarrollo de UNIQ

“Con la automatización de las líneas de producción se reduce el desperdicio y minimizan los costes”

Para el Director de Desarrollo de UNIQ sin la automatización de todas las líneas de trabajo llevada a cabo en todas las plantas y fábricas de cartón “sería prácticamente inviable ser competitivos dentro del sector y lo que tenemos que hacer es optimizar todos los procesos y eso se desarrolla a través de la digitalización de todas las automatizaciones de las líneas de producto”. Con la automatización se reduce el desperdicio y minimizan los costes. “Si antes los errores estaban entre el 8 y el 10%, ahora los errores se han minimizado de tal manera que estamos en un 0,1% o 0,2% y otra cosa fundamental es poder tener el control desde que entra el producto hasta que llega al consumidor final. Es importantísimo tener esa trazabilidad para detectar problemas y que llegue el producto en las mejores condiciones al consumidor”.

Ejemplo de digitalización en este sector es la puesta en marcha de la aplicación *tucajauniq.com* que permite seleccionar el envase que mejor se adapte a cada fruta y hortaliza en cartón ondulado, eliminando mermas de producto, mejorando el aprovechamiento de las cargas de transporte y reduciendo emisiones de CO₂.



Luis Miguel Fernández

Gerente de Coexphal

“La digitalización es una herramienta que no nos podemos permitir el lujo en nuestro sector de obviar en un mercado cada vez más competitivo”

El Gerente de Coexphal puso como ejemplo de innovación tecnológica en el sector el proyecto en el que está trabajando Coexphal junto a Hispatec y a Universidad de Almería, que finaliza en diciembre sobre el internet de las cosas aplicado a la horticultura. “Sabemos que el camino está por ahí. El agricultor y nuestras empresas son capaces

de instalar tecnología de una manera eficiente y exitosa, pero la tecnología hay que facilitarla testada y que no tengamos errores a la hora de ofrecer la tecnología porque puede desanimar y puede ser más costoso a posteriori.

“La digitalización es una herramienta que no nos podemos permitir el lujo en nuestro sector de obviar en un mercado cada vez más competitivo donde los costes van subiendo y donde los gastos prácticamente están estancados, la digitalización debe ayudarnos a ser más eficientes y por eso no podemos permitirnos el lujo de no digitalizar nuestro campo”, señaló Luis Miguel Fernández.



Manuel Valverde

CEO Agrowing Data

“Apostar por la digitalización no es una opción, es un deber”

El CEO de Agrowing Data, empresa especializada en nuevas tecnologías y que hace unos meses creó el primer modelo predictivo de precios agrícolas, habló sobre la comercialización. “Hasta ahora casi todos los esfuerzos de digitalización se han enfocado en la optimización de recursos porque es el futuro de la agricultura, pero el presente es la comercialización. Si queremos tener un buen futuro tenemos que aprender a comercializar mejor y es fundamental disponer de información y herramientas suficientes

para entender hacia dónde va a ir el mercado, para que cuando nos sentemos a negociar con los compradores no sea una negociación desequilibrada”.

Así, Manuel Valverde afirmó que “ya existe la tecnología para que podamos planificar las campañas y que no haya exceso de superficie de un cultivo específico, que sea más escalonado. Si en Almería hemos llegado hasta aquí y hemos alcanzado este grado de éxito ha sido porque hemos sabido tomar buenas decisiones en el pasado. Ahora estamos en el punto crítico en el que tenemos que demostrar que sabemos tomar nuevas decisiones y apostar por la digitalización. No es una opción es un deber”.



Francisco Javier Mesas

Co-Directo del Máster de Transformación Digital del Sector Agroalimentario (EITSAM) de la Universidad de Córdoba

“Nuestros egresados actualmente están abriendo nuevos caminos en su futuro profesional”

Francisco Javier Mesas indicó que este máster que llega a su tercera edición este año “no nace solo como proyecto de Escuela sino que las empresas llamaron a nuestra puerta demandando un nuevo perfil profesional donde el futuro ingeniero tenga esa dualidad y transversalidad con la tecnología. No solo entran perfiles recién egresados de la escuela, sino profesionales del sector que vienen para mejorar su currículum o nuevos nichos donde trabajar. Nuestros egresados actualmente están abriendo nuevos caminos en su futuro profesional”.

“Es muy necesario invertir no solo en tecnología sino también en capital humano y formación, tanto por parte de los técnicos como del usuario final, con una formación continuada en el tiempo”.

CASOS DE ÉXITO

PONENCIA: 'DIGITALIZANDO DESDE LA PRECOSECHA HASTA EL CONSUMIDOR FINAL'



José Luis Estrella

Director General de Hispatec

“Lo importante es saber aplicar una tecnología para solventar un problema o mejorar la eficiencia”

José Luis Estrella destacó durante su intervención que “hay que saber trabajar la experiencia del usuario para adaptar la tecnología a cada caso y que lo importante es saber aplicar una tecnología para solventar un problema o mejorar la eficiencia, ya que ante todo cualquier inversión necesita un retorno económico”.

Así, el Director General de Hispatec enumeró como clientes de la empresa tanto a las empresas agrícolas, como al consumidor final, pero también a un tercer agente como es el medio ambiente. “Al final, la rentabilidad del agricultor es la eficiencia de todos”, indicó, al tiempo que incidió en que “el futuro es producir más y mejor, con menos costes y más sostenibilidad”. Una ecuación en la que la digitalización juega un papel fundamental.

En este punto, entre las reflexiones que aportó Estrella estuvo el hecho de que “el día que empieza una empresa su transformación digital es el momento en el que empiezan a tomar decisiones con datos”.

TERTULIA



Gonzalo Martín

Director de Hispatec Analytics

“La tecnología no es la clave, sino cómo la utilizas para mejorar tu negocio”

Gonzalo Martín explicó que “el enfoque que tenemos desde Analytics es primero preguntar cuáles son las decisiones que hacen ganar negocio a nuestros clientes o a los productores y a partir de ahí cómo toman esas decisiones, con qué información, y si esas decisiones las pudiesen tomar con menor incertidumbre o mayor horizonte de tiempo, si les beneficiaría. Todo nuestro empeño desde hace muchos años es generar ese diálogo que trata sobre decisiones, información y por último datos. La tecnología no es

la clave, es como la utilizas para mejorar tu negocio, producir más con menos de forma sostenible en esos tres clientes que son los productores, el medio ambiente y los consumidores, en analytics tenemos el mismo approach (“enfoque”). Y luego veremos qué datos podemos incorporar y qué tecnología necesitamos. Nosotros hacemos mucho esfuerzo.



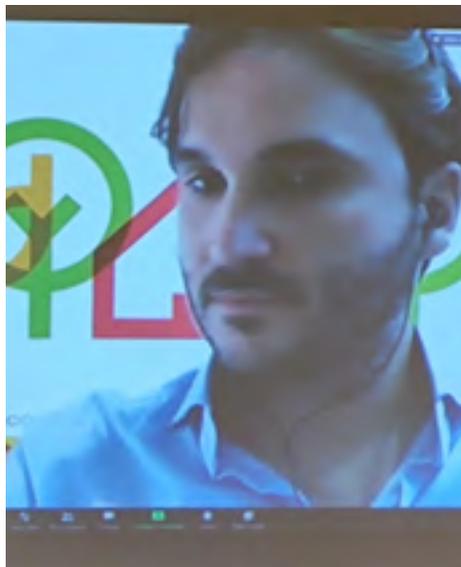
Diego Valera

Vicerrector de Investigación e Innovación de la Universidad de Almería

“La agricultura intensiva se ha adaptado a todos los cambios, por lo que seguro que en Almería la transformación digital va más rápido que en otras zonas”

El Vicerrector de Investigación de la Universidad de Almería apuntó que cuentan con más de 30 proyectos de investigación vivos, de los cuales siete son de transformación digital. En casi todos ellos participan Coexphal e Hispatec y otras empresas, ya que es un ámbito en el que es fundamental la colaboración público-privada. Diego Valera recordó en este punto que “la agricultura intensiva se ha adaptado a todos los cambios, por lo que seguro que en Almería la transformación digital va más rápido que en otras zonas”

Valera señaló que han desarrollado “avances para mejorar la eficiencia del agua, la eficiencia en la aplicación de nutrientes y estamos dando un salto también hacia la mejora del clima, siempre buscando el beneficio del agricultor y un impacto positivo sobre el medio ambiente. Así, con modelos de simulación e inteligencia artificial predecimos la actividad fotosintética y se ajusta el sistema para mejorar la rentabilidad de las explotaciones”.



Miguel Ángel Arroyo

Jefe de Servicio del Área de Digitalización de la SGID del MAPA

“Hemos puesto el foco en intentar reducir la brecha digital”

Miguel Ángel Arroyo indicó que la brecha digital es “el objetivo número 1 de nuestra estrategia de digitalización. Hemos puesto el foco en intentar reducirla. Hoy en día aún hay zonas en España que no tienen la cobertura que nos gustaría, pese a que se están haciendo esfuerzos y trabajando la capacitación”.

Asimismo, Arroyo indicó que la digitalización va a ser una realidad sí o sí porque va unida además a estrategias europeas como puede ser ‘De la Granja a la Mesa’ y en la futura PAC el papel de la digitalización pasa a convertirse en un objetivo transversal.



Pablo García-Nieto

Responsable Digital Farming Iberia Bayer

“En los próximos años vamos a ver una transformación completa de la oferta de Bayer”

Pablo García-Nieto adelantó que “en los próximos años vamos a ver una transformación completa de la oferta de Bayer a sus clientes agricultores y en ese sentido tenemos en línea de producción una serie de herramientas nuevas dirigidas no solo a hortícolas sino también a otra serie de cultivos que van a complementar muy bien y que van dirigidas a mejorar el posicionamiento de los productos y optimizar los tratamientos. Es muy importante la sostenibilidad y en esa línea vamos a estar sacando soluciones muy innovadoras que no se han visto en el mercado aún”.

En esa línea vamos a estar sacando soluciones muy innovadoras que no se han visto en el mercado aún”.

PRESENTACIÓN

ANDALUCIA AGROTECH DIGITAL INNOVATION HUB. PRESENTACIÓN PÁGINA WEB



José Antonio Adame

Asesor Técnico de Andalucía Agrotech DIH. Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible. Junta de Andalucía

“Ponemos en marcha en este foro la nueva plataforma web de Andalucía Agrotech para impulsar la transformación digital de la cadena de valor en Andalucía”

José Antonio Adame presentó en primicia para los asistentes al I Foro Horti DATA 2020 la nueva Plataforma Andalucía Innovation Hub de la Junta de Andalucía que pretende abordar un reto muy importante del sector agroalimentario como es la transformación digital. Un proyecto que parte de una alianza público-privada y que cuenta con 140 socios, entre las que hay empresas del sector tecnológico y agro, agentes del conocimiento, entidades financieras y agentes sociales, junto a la Junta de Andalucía, que ejerce de catalizador.

Andaluciaagrotech.es incluye novedades, un catálogo de servicios de formación, capacitación y servicios ligados al fomento del rendimiento y la co-creación, el desarrollo de iniciativas piloto y laboratorios vivos, servicios tecnológicos ligados al análisis y exploración de datos para generar valor y tomar decisiones fundamentadas. Un observatorio y un servicio para ayudar a conseguir fondos y ayudas. Además incluye noticias, agenda con la programación de eventos nacionales e internacionales de interés y relacionados con digitalización, material bibliográfico o visual.

Además, José Antonio Adame dio a conocer en primicia en este foro el nuevo Programa Conecta, con el que “conectar empresas del sector agroalimentario con soluciones tecnológicas que tengan startups que se encuentren en el ecosistema emprendedor andaluz, para que se implanten esas soluciones en un entorno real”.

VENTA DIRECTA: EL PAPEL DE LAS PLATAFORMAS ONLINE

TERTULIA



Ignacio Biedma

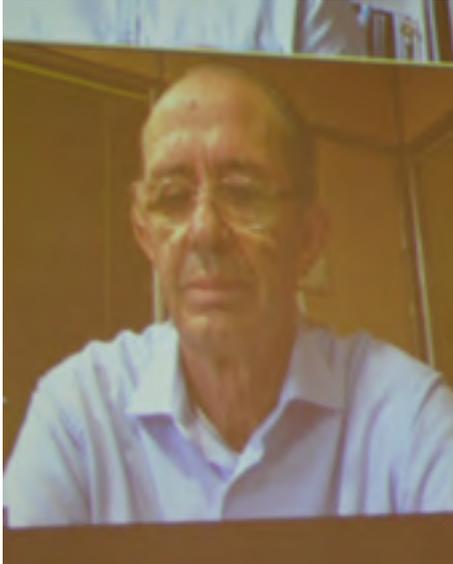
SR Retailer Services Consultant Nielsen

“En la medida en que consigamos darle una experiencia de compra satisfactoria de manera online al cliente, el salto cualitativo que vamos a dar en la venta online va a ser muy importante”

“El canal online estaba teniendo en España un crecimiento sostenido. Estaba siendo aún pequeño dentro de la distribución de gran consumo pero el despegue al que hemos atendido este año ha sido extraordinario”, señaló el consultor Ignacio Biedma, quien apuntó a “unas cifras de una

media de 300.000 hogares compradores. Ha habido semanas en las que hemos sobrepasado el millón de hogares compradores y hoy en día a cierre de septiembre estamos hablando de que 1 de cada 4 hogares han comprado o compran productos de gran consumo online”. En cuanto a productos perecederos las cifras son más bajas, si bien se ha incrementado casi un punto la importancia de estos productos perecederos en la cesta online.

Por otra parte Ignacio Biedma puso el acento en que “cuando hablamos de alimentación, estamos hablando de que prácticamente un 20% de los consumidores asumen que llevan una alimentación saludable, y prácticamente 6 de cada 10 consumidores están dispuestos a gastar algo más en su cesta de la compra en productos saludables”.



Federico Aparici
CEO Naranjas Lola

“Nuestro éxito son las 24 horas de plazo de entrega del producto, del árbol a la meas, que hace que no haya cámara y que la fruta huele a fruta”

Naranjas Lola comenzó a vender en el año 98. “Según dicen los medios de comunicación fuimos los pioneros en llevar la fruta en 24 horas, desde el árbol a su mesa. En 2003-2004 ya empezamos a vender por Internet y ahora vendemos el 100% de nuestra cosecha online”.

El éxito de su negocio radica, no solo en tener una buena página web, sino tener un buen producto y la inmediatez en la entrega, ya que permite que la naranja llegue directamente del árbol al hogar. “La barrera limitante es el tiempo. Lo que queremos es que el consumidor final tenga un producto fresco en su mesa. La recogida en campo, manipulación, envasado y envío se convierten en una contrarreloj porque nuestro éxito son las 24 horas en las que llega el producto y que hacen que la fruta huele a fruta”.



Raúl de la Vega
Product Owner de Correos Market

“Actualmente, más de 660 productores y artesanos forman parte de Correos Market”

Raúl de la Vega presentó el proyecto de Correos Market “para ayudar a los productores y artesanos locales, que hayan producido, creado o diseñado su producto en mercado nacional y que aporten algo de valor en el tratamiento del producto, a vender por internet. Actualmente, más de 660 productores y artesanos forman parte de Correos

Market y queremos seguir creciendo y poniendo en valor el producto español. Las condiciones logísticas que marcamos son que los productos soporten plazos de 24 y 48 horas y que puedan llegar sin comprometer el producto, debidamente embalados. Nuestra cuenta pendiente es producto en frío en temperatura controlada.



Fernando Laviña-Richi

Director de Desarrollo de Negocio Claire Global

“Este tipo de jornadas es tremendamente necesario para que vayamos avanzando en el camino de la digitalización”

Fernando Laviña-Richi presentó su proyecto Claire Global que es un marketplace donde confluye “la oferta y demanda que tiene una vocación muy orientada a la agricultura y hacia la internacionalización, poniendo el foco en la empresa exportadora y comercializadora en distintos países”.

Claire Global empezó a funcionar a principio de año y ya cuenta con 1.300 empresas de 53 países. “Lo que estamos

haciendo es ayudar a vender más y mejor a las empresas en los mercados internacionales, con más eficiencia y menores costes en más mercados”.

ENTREVISTA B2B: CÓMO LLEVAR LA MARCA AL CONSUMIDOR FINAL. MARKETING ONLINE



Javier Pérez de Leza

CEO de Future Retail

“Es clave instrumentalizar el departamento comercial dentro del mundo digital y estar en las redes sociales. Si no estás en LinkedIn no existes, porque es un directorio de empresas”

Javier Pérez de Leza, asesor y consultor de algunas de las principales cadenas de comercialización internacionales abordó el posicionamiento web de las empresas y la creación de marca.

Así, Pérez de Leza afirmó que es fundamental estar presente en las redes sociales y tener una página web aceptable, ya que “más del 60% de los usuarios acceden a la web vía móvil”.

En materia de redes sociales, Pérez de Leza apuntó que “estar presente toda la dirección de la compañía en LinkedIn es fundamental, porque si no estás no eres nadie. Se ha convertido en un gran directorio de empresas. Absolutamente todos los compradores de grandes cadenas de supermercados y restauración están en LinkedIn”.

En cuanto a la creación de marca, Pérez de Leza señaló como fundamental el tamaño de la empresa, ya que eso permite conseguir un precio de mercado controlado, si bien también influye posteriormente disponer de un producto de calidad clara y estable, y realizar una inversión importante de marca.

Por otra parte, Pérez de Leza también señaló como clave dentro de la digitalización “la parte de instrumentalizar el departamento comercial dentro del mundo digital.

CLAUSURA



Aránzazu Martín

Delegada Territorial de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible. Junta de Andalucía

“La creación de foros como este son un punto de encuentro para analizar los retos que la digitalización nos plantea y las oportunidades que nos brinda a todo el sector”

“Almería era el mejor sitio para la celebración de este foro, por ser una de las regiones productoras hortícolas a nivel Europeo de mayor influencia en el panorama”. Así comenzaba su discurso la Delegada Territorial de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible, Aránzazu Martín, en la clausura del I Foro Horti DATA 2020.

Martín puso de manifiesto los buenos resultados de los que goza la agricultura almeriense que la “ha consolidado como pilar básico de la economía de nuestra provincia. Almería alcanza una producción anual de casi cuatro millones de toneladas de frutas y hortalizas con una facturación superior a 3.300 millones de euros. Por lo tanto, la principal productora y exportadora de verduras de Europa y por ello es lógico y normal que también seamos la cuna de algunas de las mejores empresas que apuestan por la innovación y el desarrollo de nuestros productos”.

Aránzazu Martín señaló que la agricultura almeriense también “sigue siendo líder en el uso de organismos de control biológico de plagas. Este año vamos a superar la superficie de control biológico con casi 1.300 hectáreas alcanzando un total de 26.035, por lo que seguimos siendo la principal zona productora del mundo en el uso de técnicas de control biológico”. La Delegada Territorial apuntó como otra de las fortalezas de la provincia la agricultura ecológica. “En nueve años hemos cuadruplicado la agricultura ecológica hasta más de 3.400 hectáreas en la actualidad”. Todo este esfuerzo también se ve reflejado en los niveles de seguridad alimentaria, produciendo los productos hortícolas más limpios de toda la UE.

“Por tanto, la transformación digital del sector agroalimentario es de imperiosa necesidad. Una revolución que ha empezado y que no va a parar hasta alcanzar el nivel de excelencia. Hasta alcanzar esa agricultura 4.0 que la Consejería de Agricultura y la Delegación apoyamos y nos comprometemos a consolidar. Foros como este son un punto de encuentro para analizar los retos que la digitalización nos plantea y las oportunidades que nos brinda a todo el sector. La digitalización es fundamental para el desarrollo y el posicionamiento competitivo. El liderazgo tecnológico nos permite dar mejor respuesta a las principales demandas, alimentos en cantidad y calidad adecuada, lucha contra el cambio climático, cómo conseguir una mejor gestión del agua, además de dirigir los esfuerzos a las necesidades reales, máximo cuando hablamos de un sector tan globalizado como el agroalimentario”.

CONCLUSIONES

Durante el desarrollo del I Foro Horti DATA 2020 fueron muchas, variadas y muy interesantes las conclusiones que fueron exponiendo los distintos ponentes participantes.

En este sentido, no cabe duda de que esta pandemia ha provocado un avance mucho más rápido de todas las cuestiones digitales en todos los ámbitos.

Además, el sector agroalimentario tiene unos retos de futuro importantísimos que son ganar dimensión y hacer empresas más competitivas.

La unión de estos dos aspectos llevó a la primera conclusión de la mañana que fue que la agricultura no puede ser ajena a la utilización de las Nuevas Tecnologías, puesto que se trata de herramientas que pueden ayudar a mejorar los procesos de producción y a hacer más eficiente la utilización de los recursos.

En esta línea, durante el debate de la jornada se puso de relieve que las Nuevas Tecnologías y la Digitalización de procesos puede contribuir a un uso más sostenible de los insumos que se precisan para el desarrollo de la actividad agraria, ya que una mayor eficiencia va a tener repercusiones económicas y medio ambientales en la actividad.

La digitalización del sector, por tanto, no es una opción, sino que se convierte en un deber, pero además la tecnología no se convierte en la clave para un futuro más próspero, sino que la clave es cómo se utiliza esa tecnología para mejorar cada negocio y producir más con menos de forma sostenible, ya que el medio ambiente debe empezar a jugar un papel trascendental.

Pero para ello es fundamental que la tecnología que llegue al campo lo haga después de haber sido bien testada, sin errores que puedan desanimar a los agricultores en su uso, ya que a la larga puede suponer un coste mayor volver a conseguir la confianza para implantarla.

No obstante, los beneficios no se quedan solo a nivel de campo y producción. Asimismo, se trata de una oportunidad muy importante para la trazabilidad de los productos a lo largo de la cadena y una posibilidad real y valiosa para la venta directa.

Sin embargo, en este punto aún existen barreras que romper. Algunas de las que se apuntaron durante la jornada fueron que una barrera limitante en la comercialización es el tiempo que se tarda en que el producto llegue al consumidor desde el campo. Un tiempo crucial para que el cliente aprecie el valor del producto, que llegue fresco con su aroma y sabor intactos.



Pero más importante aún, desde el punto de vista de la exportación o la importación, es que el sector sea capaz de creerse que con un portal y con un clic, se puede comprar y vender en todo el mundo, ya que se trata de la primera barrera, la cultural, que hay que romper.

Hay que romper barreras y vender o comprar a cualquier parte del mundo. De hecho, hasta este momento, los agricultores, las cooperativas y alhóndigas tenían contacto únicamente con las cadenas de distribución. Las Nuevas Tecnologías, la digitalización y la innovación ofrecen la oportunidad de invertir esa curva para que ahora sean los consumidores los que les demanden y exijan a esas cadenas de distribución los productos que desean. Para ello el sector tiene que llegar al consumidor y las nuevas tecnologías son el vehículo.

Por otra parte, ya existe la tecnología para que se puedan planificar las campañas y que no haya exceso de superficie de un cultivo específico.

Y es que para tener un buen futuro es necesario aprender a comercializar mejor y disponer de información para que cuando el sector se siente a negociar con los compradores, no sea una negociación desequilibrada.

Pero también conseguir romper algunas barreras en el propio consumidor. Por ello, en el momento que el sector sea capaz de transmitir los valores de salud, de la alimentación saludable que supone el consumo de fruta y verdura a través de internet, valores cada vez más en auge, se conseguirá crecer también en la venta por internet. Para ello, precisamente esta situación de crisis se convierte en una oportunidad, puesto que el consumidor está dispuesto a sacrificar aspectos importantes para él como oler y experimentar con el producto en el lineal, para evitar aglomeraciones.



Por otra parte, para llegar a disponer de esa ayuda que las nuevas tecnologías pueden aportar en la producción, en la trazabilidad y en la comercialización, hay otro elemento que adquiere protagonismo, como es el valor humano.

Hay que seguir aportando valor humano, seguir digitalizándose, transformándose, para ser competitivos, continuar invirtiendo en digitalización y formación para dar un buen resultado. Precisamente, las empresas ya están demandando un nuevo perfil profesional donde el futuro ingeniero tenga esa dualidad y transversalidad entre ingeniería agrícola y tecnología.

Por ello, es muy necesario invertir no solo en tecnología, sino también capital humano y formación, tanto por parte de los técnicos como del usuario final, porque la digitalización es fundamental para el desarrollo y el posicionamiento competitivo.

No obstante, la digitalización es al final una transformación de la cultura de la organización, que supone un cambio de procesos importante y que se debe llevar a cabo pasito a pasito. Disponer de una buena página web enfocada al cliente, estar presente en las redes sociales, con especial atención a LinkedIn, donde debe estar presente la dirección de la compañía e instrumentalizar el departamento comercial dentro del mundo digital es clave.

No obstante, durante el I Foro Horti DATA 2020 también quedó patente que si no se elimina la pobreza digital en las zonas rurales, que impide a los agricultores una conexión rápida y fiable, si no se reduce esa brecha digital en cantidad y calidad de conexión, pero también en formación, el sector agrario se quedará fuera de la revolución tecnológica, perdiendo la competitividad y una excelente oportunidad para impulsar el relevo generacional tan necesaria para el sector.

Por todo ello, la digitalización es una herramienta que el sector no se puede permitir el lujo de obviar, en un mercado cada vez más competitivo, donde los costes van subiendo. La digitalización debe ayudar al sector a ser más eficiente.





5 años

**Desarrollando e Innovando
con Proyectos Agroalimentarios**

Con Identidad

EVENTOS
Business
AGRO

eCA
eCOMERCIO
AGRARIO



Horti
DATA
FORO DE INNOVACIÓN DIGITAL HORTÍCOLA

eCA
FRUITS
Revista Hortofrutícola

ECA
OLIVE

ECA
AGRI
Maquinaria Agrícola
y Agricultura

Las empresas nos importan

Siete Agromarketing nace en 2015 innovando como agencia de comunicación, marketing y consultoría especializada en el sector agroalimentario nacional e internacional. Con un equipo de más de 15 años de experiencia.

Cada proyecto lo hacemos nuestro, controlamos todas las fases de comunicación, desde la definición de objetivos hasta el diseño de soluciones, eventos, externalización de gabinete de prensa, marketing digital, promoción para garantizar resultados, comunicación RSC...

www.sieteagromarketing.com

Nuestros proyectos

Innovamos con una nueva forma de comunicar, hablar y dialogar. Bajo el paraguas de Business Agro se acoge la organización de nuestros eventos presenciales y virtuales: Jornadas, Master Class, Foros, Encuentros, Congresos, Coloquios, Tertulias y Desayunos.

Proyecto Mujer Agro

Impulsamos la igualdad en todos eslabones de la cadena agroalimentaria

Horti Data

Foro Innovación Digital Hortícola

www.mujeragro.es | www.hortidata.org

Innovamos en la comunicación

Porque nuestras cabeceras acerca la información al sector agroalimentario: eComercio Agrario, periódico digital de información política y económica; y las revistas especializadas eCA FRUITS (frutas y hortalizas), ECA Olive (olivar) y ECA Agri (maquinaria y grandes cultivos), con soportes off y online.

www.ecomercioagrario.com

**Si tienes un producto, o una marca
y no lo comunicas no existe**

