Alianza almeriense para implantar la etiqueta inteligente en hortalizas

El Grupo Operativo 'eTIC4FOOD' pretende incorporar al sector una herramienta innovadora, como la etiqueta inteligente, que aporte valor añadido a través de la información proporcionada al consumidor.

Conscientes de la necesidad de avanzar hacia un sistema agroalimentario seguro, transparente, justo, saludable y sostenible, así como la existencia de unos consumidores cada vez más preocupados por tener información veraz sobre los productos, Caparrós, Hispatec, Centro Tecnológico Tecnova y Parque Científico-Tecnológico de Almería, PITA, se han aliado para integrar el Grupo Operativo 'eTIC4FOOD'. A través de este proyecto se pretende incorporar al sector una herramienta innovadora, como la etiqueta inteligente, que aporte valor añadido mediante la información proporcionada en el producto.

Este Grupo Operativo celebró en el auditorio del edificio Pitágoras su jornada inaugural para

presentar los objetivos marcados y las fases de este. El director del PITA, Diego Clemente reconoció el trabajo realizado hasta el momento por todos los integrantes, así como el compromiso por incorporar nuevas tecnologías en el sector agroindustrial andaluz que permitan la transición hacia la digitalización. “Somos conscientes de la necesidad de avanzar hacia un sistema agroalimentario seguro y la existencia de unos consumidores cada vez más preocupados por la alimentación y la sostenibilidad. Entendemos que la competitividad del sector pasa por dotarlo de herramientas tecnológicas que aporten un valor añadido que beneficie tanto al productor como al destinatario final”, explicó.

La responsable de Tecnología Postcosecha de Tecnova, Carmen Villalobos dio a conocer algunos de los detalles para la creación de la nueva herramienta TIC para el Etiquetado Inteligente de la producción sostenible hortofrutícola. “Vamos a crear una huella digital integrada en una plataforma de información que nos va a permitir conectar al productor con el consumidor a través de una etiqueta inteligente. Con ello pretendemos aportar una información que va más allá de la tradicional, incorporando detalles como cuándo y cómo han sido cosechados, cuáles han sido sus etapas hasta llegar al lineal, así como información sobre las empresas que lo producen y su compromiso en cuanto a responsabilidad social y medioambiental. También pretendemos sumar otra vertiente como es la relacionada con la calidad, nutrición y gastronomía del producto”, señaló.

‘eTIC4FOOD’ se aplicará inicialmente en la Sandía Premium y tomate cherry Lobello de Caparrós, para posteriormente poderlo trasladar al resto de productos y empresas del agro andaluz que deseen aplicarlo. El proyecto tendrá una duración de 24 meses, ahora mismo en fase inicial para la obtención de información que permita conocer los hábitos de consumo, así como los requerimientos tecnológicos necesarios para la puesta en marcha de la nueva herramienta.

Por parte de Hispatec intervinieron la responsable de I+D+i, Laura López y el jefe técnico de esta área, Ali Zidi para dar a conocer las tecnologías actuales en el etiquetado. “Actualmente, los sistemas que se ponen a disposición de los consumidores muestran información sobre el origen, categoría, lote, peso…una información poco legible y accesible. Por ello, pretendemos crear etiquetas que incluyan datos de interés, accesibles y entendibles, por lo que será necesario revisar los datos, digitalizarlos, y ofrecer un sistema que permita al consumidor acceder de forma rápida y sencilla”, afirmó López.

Ali Zidi mostró como ejemplo “un sistema desarrollado y comprobado que ya habla de flexibilidad” en este proceso. “La única inversión que tiene que hacer la empresa es la adquisición de dispositivos necesarios para el registro de los datos necesarios para la trazabilidad. La ley no obliga a ofrecer tantos datos, pero los consumidores si lo están exigiendo y para ello es importante darles confianza y legibilidad”, remarcó.

Para Caparrós formar parte de este proyecto es una gran oportunidad para tener acceso a la innovación a través de la creación de este Grupo Operativo. “Hace ya tiempo que los consumidores exigen más información sobre el producto que adquieren, esta idea surgió en 2018

y ahora por fin ya estamos en ello. Nosotros ponemos la empresa a disposición del sector, abrimos nuestras puertas para este desarrollo, y queremos que cualquier otra empresa agroalimentaria pueda también ponerlo en marcha de acuerdo con las características de cada producto, ahora mismo esto es imposible”, indicó la adjunta a Dirección de Caparrós, Mabel Salinas.