

Simposio de Grodan sobre las perspectivas de la horticultura de alta tecnología

La horticultura 2.0 tiene futuro

Hacer más con menos por metro cuadrado de invernadero y de la mejor manera posible

Lenny Claessens

Director de Comunicación
email: enny.claessens@grodan.com

El simposio “Soluciones para los modernos desafíos”, organizado por Grodan, un proveedor de soluciones innovadoras para sustratos en horticultura ha relacionado las perspectivas de la horticultura de alta tecnología para los próximos cinco años con el perfil de lo que han venido a llamar, la horticultura 2.0. Este titular tiene por significado un concepto que se basa en dos pilares: los cultivos de precisión y la cadena de suministro hasta el consumidor final.

Vincent Deenen, Director de Marketing de Grodan, inició el simposio celebrado en Roermond, Holanda, en noviembre, 2009, formulando los desafíos a los cuales se enfrenta este tipo de horticultura. Fueron determinados desde tres puntos de vista: el global, el del consumidor y el de los diferentes sectores. Los desafíos son: hacer más con menos por metro cuadrado y de una mejor manera, anticiparse a las necesidades cambiantes de los consumidores y continuar operando de manera rentable. Para responder adecuadamente a dichos retos, la horticultura de alta tecnología debe esforzarse por lograr las expectativas del mercado en consonancia con la realidad actual. Sólo entonces será capaz de despegar.

Sobresalir o ser exclusivo

Las declaraciones de Deenen fueron ampliadas por otros cuatro oradores participantes. A juicio de Linda Rutten, consultora senior de Business Openers,

quién ofreció información sobre reuniones previas con expertos, debería dársele una interpretación adicional al principio de “hacer más con menos ... de una mejor manera”, como objetivo principal de la horticultura de alta tecnología. Mediante el desarrollo de métodos controlados, transparentes y respetuosos del medio ambiente, con los cuáles cultivar productos sanos y variados, y la notificación de estos adelantos en forma clara y concisa, el sector debería estar en condiciones de satisfacer el deseo y los requerimientos de los consumidores. Dentro este concepto de precisión, la sostenibilidad y la rentabilidad van siempre “de la mano”.

Dick Oosthoek, Director de Horticultura y Tierras Cultivables de Rabobank, señaló que los productores y los minoristas ya satisfacen en gran medida las necesidades de los consumidores, en lo relativo a comida rápida y saludable. Sin embargo, para aprovechar al máximo este servicio, tendrán que trabajar en forma profesional y establecer

Para enfrentarse a los actuales desafíos la horticultura de alta tecnología puede apoyarse en los cultivos de precisión y participar en la cadena de suministro hasta el consumidor. Ambas alternativas requieren coordinación y comunicación



alianzas y fortalecer lazos con el consumidor. En este sentido, se enfrentan a dos opciones: sobresalir y ser el mejor o innovar y ser exclusivo.

Industrializar o innovar

Peter Oei, director del Programa SIGN (Fundación Holandesa para la Innovación de la Horticultura), presentó una serie de proyectos sobre control climático, gestión del agua, logística, eficiencia energética, almacenamiento de calor y diseño de invernaderos. Tenían todos un común denominador, el contexto social, y estaban relacionados con el primer desafío mencionado por Deenen: “hacer más con menos por metro cuadrado y de una mejor manera”.

Finalmente, basado en ejemplos de otros sectores, Martijn Laar, asesor administrativo de la Consultora Berenschot, se enfocó en una serie de “soluciones modernas para cambiar la realidad”. En su opinión, la horticultura de alta tecnología necesita encontrar soluciones estructurales para problemas estructurales, debido a la creciente presión sobre los factores de producción y las condiciones de mercado. Advirtió, sin embargo, que el sector de la Horticultura no debe caer en la trampa y empezar a competir solo en precios. Martijn considera que existen sólo dos maneras de asegurar el futuro y convertir a la horticultura 2.0 en un proceso exitoso: la industrialización (la cadena) o la innovación (la empresa). Se trata de “comer o ser comido”.

Alta tecnología y los contactos con el consumidor

En conclusión, parece que hay dos pilares sobre los cuales la horticultura de alta tecnología puede apoyarse para enfrentar los desafíos formulados: los cultivos de precisión y la cadena de



No debe caer en la trampa y competir solo en precios. Existen dos maneras de asegurar el futuro y convertir a la horticultura 2.0 en un éxito: la industrialización o la innovación comercial

suministro hasta el consumidor final. El primer concepto se basa en que el productor conoce perfectamente cómo dirigir el proceso de producción para lograr un producto final óptimo. Mediante la combinación de entradas mínimas con salidas máximas, sin desperdiciar los recursos, no sólo promueve el bienestar del medio ambiente, sino que también aumenta la rentabilidad. Sin embargo, para garantizar que el mensaje se entienda apropiadamente, es fundamental vincular la "alta tecnología" con los consumidores.

La cadena de suministro hasta el consumidor final (*route-2-market*) significa que cada eslabón de la cadena debe elegir entre la excelencia y la eficiencia, mediante la racionalización

de los procesos de gestión operativa y la formación de alianzas con otros actores, o bien, creando un valor agregado distintivo en sus productos. Ambas alternativas requieren de la coordinación y la comunicación. Si el proceso se lleva a cabo de manera eficaz, la horticultura de alta tecnología, en forma de horticultura 2.0, tendrá un gran futuro por delante.

+IN: Grodan, www.grodan.com, es una compañía que suministra a la industria de cultivos en invernadero una amplia gama de soluciones de sustrato limpio y controlable de lana de roca. En Grodan, ofrecen asesoramiento y servicios de apoyo.

INVERNADEROS



INDUSTRIAS METÁLICAS AGRICOLAS, S.A.

Pol. Ind. COMARCA-2, calle F, nº 12 · 31191 BARBATAIN (NAVARRA)

Tel.- (+34) 948 184 117 · Fax- (+34) 948 184 668

ima@invernaderosima.com · www.invernaderosima.com



Exportación: GRUPO MSC
www.grupomsc.com
 Tel.- (+34) 954 129 138

