

Tendencias para potenciar el agro en Caldas

Desde los perfiles de los nuevos consumidores hasta la adopción de herramientas que hagan más eficientes los procesos productivos.



Café | Musáceas | Cítricos y frutales | Lácteos y ganadería | TIC | Biotecnología | Ecosistema innovador
Sostenibilidad ambiental

6 de septiembre de 2020

Agricultura más tecnología, tradición más transformación, experiencia en exportación de productos agrícolas más desarrollo de propuestas innovadoras desde empresas y grupos de investigación locales son sumas que dan un resultado positivo a la economía de Caldas.

Así lo planteó el gerente de la Comisión Regional de Competitividad e Innovación, Nicolás Llano Naranjo, durante un conversatorio virtual en el que presentó tendencias para el sector agro de la región, en el que se priorizan café, musáceas, cítricos, frutales, lácteos y ganadería.

Además destacó el auge en el departamento de sectores de vanguardia como el de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) y biotecnología, que pueden ayudar a potenciar productos tradicionales para expandirse a mercados internacionales que le están apostando a negocios de agrotech (agrotecnología), que en el 2018 representaba \$494 billones de dólares de la economía mundial y se espera que para el 2023 aumente a \$730 billones de dólares.

“Se trata de aplicar nuevas tecnologías a los sistemas de producción y comercialización de productos agrícolas y agroindustriales y así aumentar simultáneamente la productividad, la eficiencia y la rentabilidad”, explicó Llano Naranjo.

Conozca aspectos que presentó el gerente sobre el panorama global y ejemplos de empresas de

la región que, para él, muestran que es posible aplicar esas innovaciones en el campo caldense.

Nuevo consumidor

“El que hace el jugo de naranja en su casa o se lo toma procesado termina siendo el consumidor de una cadena bastante larga. Así termine en Estados Unidos o Europa comienza en una finca de Caldas”, expresó Nicolás Llano Naranjo para resaltar la importancia de entender lo que quieren los nuevos consumidores en el mundo. Estas son algunas características:

- Tienen alta influencia de una cultura saludable y nutritiva. Algunos con regímenes alimentarios como el vegetarianismo y sus variables.
- Prefieren una agricultura amigable con el medioambiente, orgánica, sin químicos, con procesos sustentables y consumos de energía y agua sensatos.
- Les gustan procesos fáciles en la cocina, ingredientes sencillos de manipular y preparar.
- Quieren conocer el origen de los productos, en qué finca se produce, en qué fecha se recogió, en qué fecha se empacó, entre otros.
- 31 millones de habitantes en Colombia tienen teléfonos inteligentes lo que abre la oportunidad al acceso de plataformas de comercio electrónico relacionados con alimentos, lo que puede hacer más corto el proceso de intermediación entre productor y consumidor.

Ejemplo en Caldas: Cienda, empresa que se inició con el apoyo de Fondo Emprender del Sena que comercializa frutas y verduras con puntos móviles, redes sociales y tienda virtual.

Tecnologías disponibles

- Internet de las Cosas y automatización: uso de sensores para medir humedad, temperatura, vientos, condiciones del suelo, entre otros. Sistemas de irrigación inteligente para optimizar el uso del agua y energía; fotografías y aspersión aéreas; geolocalización de animales o mapas de información de la finca, entre otros.
- Big data e inteligencia artificial: herramientas como sensores generan grandes volúmenes de información que son el insumo para hacer análisis predictivos, con ayuda de robots y algoritmos, para así tomar decisiones en tiempo real.
- Blockchain: trazabilidad logística de transacciones comerciales en grandes volúmenes que requieren seguridad avanzada.
- Tecnología móvil: acceso a la información en tiempo real del estado del clima, mercados, precios del dólar, además de soluciones de gestión, formación y comercialización a través del celular con conexión a internet.

Ejemplos en Caldas: Taccla ofrece servicio de monitoreo, mapeo, conteo de plantas con dron, aspersión aérea, termografía, entre otros. Sisintel genera soluciones inteligentes para trilladoras de café con negocios a nivel nacional y de exportación. Geometrik brinda soluciones de ingeniería renovables como paneles solares, mapeo aéreo, agricultura de precisión, entre otros servicios.

Innovación en la producción y comercialización

- Producción de proteínas en laboratorio, alimentación molecular (carnes sintéticas). Además de cosméticos a base de ingredientes naturales.
- Reducir pérdidas y desechos de alimentos con la generación de bioetanol, biogás y biodiésel.
- Implementación de economía colaborativa entre varios empresarios para compra de maquinaria o alquiler de infraestructura.
- Adopción de prácticas de economía circular para reducir el impacto ambiental.
- Comercio electrónico que disminuya los tiempos de entrega y aumente la utilidad y calidad. Además que evite el mayor contacto.

Ejemplos en Caldas: el proyecto agroindustrial del Kilómetro 41, en Manizales, en el que se espera tener en el mismo lugar acopio, transformación, producción, capacitaciones, investigación y comercialización; la empresa Inbiotech que fabrica y exporta productos dermocosméticos a base de extractos de plantas.

A fortalecer

El presidente de Citricaldas, Carlos Andrés Antía Londoño, participó en el conversatorio virtual y expuso los puntos que hay que fortalecer en la formación técnica focalizada en la vocación agrícola del territorio; involucrar maquinaria adecuada para generar mayores rendimientos y eficiencias, promover modelos de asociatividad para solventar los costos de compra; aprovechar los datos de las fincas y ponerlos en contexto para obtener información precisa de floraciones, precios, producciones, mercados, etc., y así mejorar la toma de decisiones; generar innovaciones en la transformación del producto para darle valor agregado y entrar a otros mercados.

Realidades

La gerente del Comité de Ganaderos de Caldas, Patricia Jaramillo Henao, invitó a prestarle atención a las realidades del campo en el departamento. Sostuvo que a medida que se aleja de la región Centrosur o los centros de consumo es más difícil el acceso a las tecnologías. “Eso hace que no todos los productores vean esas ventajas para hacer más eficiente su negocio”. Recordó que hay zonas en Caldas en las que aún no hay señal de celular ni internet, o que solo se localizan en un punto específico de la finca.

Margaret Sánchez
LA PATRIA | Manizales

[Leer en la web](#)

[Ver en YouTube](#)