



Boletín de noticias #2

Junio 2023

Índice

1. El proyecto #LEADFARM 5.0

2. 3ª reunión del Comité Directivo del proyecto #LEADFARM 5.0

3. Noticias de los socios del proyecto

- Guía de buenas prácticas sobre la huella hídrica y de carbono de las explotaciones agrícolas
- Portugal: Presentación de #LEADFARM 5.0 en Portugal

4. Artículos

- Gestión de las relaciones (Anders Pettersson, Changemaker AB)
- Blockchain y la industria alimentaria 4.0 (Gianluigi Torchiani, disponible en internet)

1 El proyecto #LEADFARM 5.0

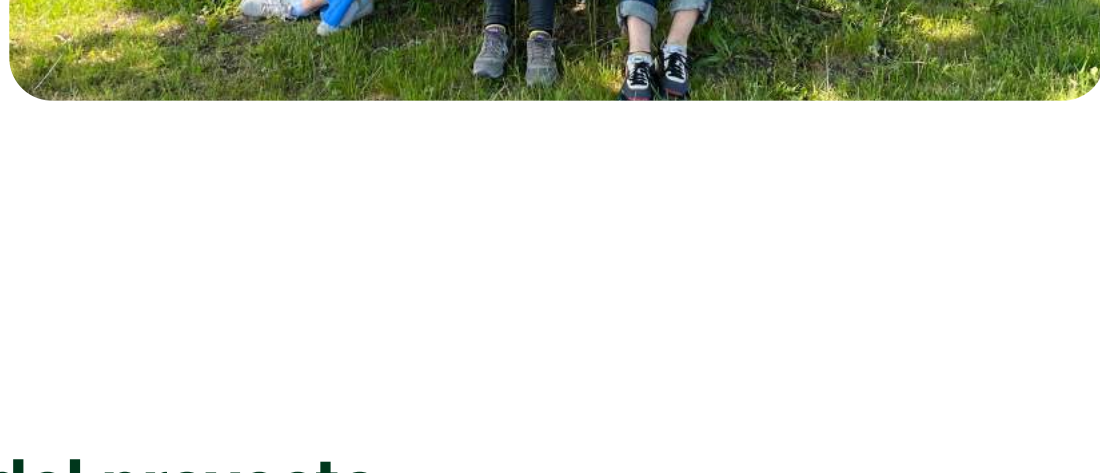
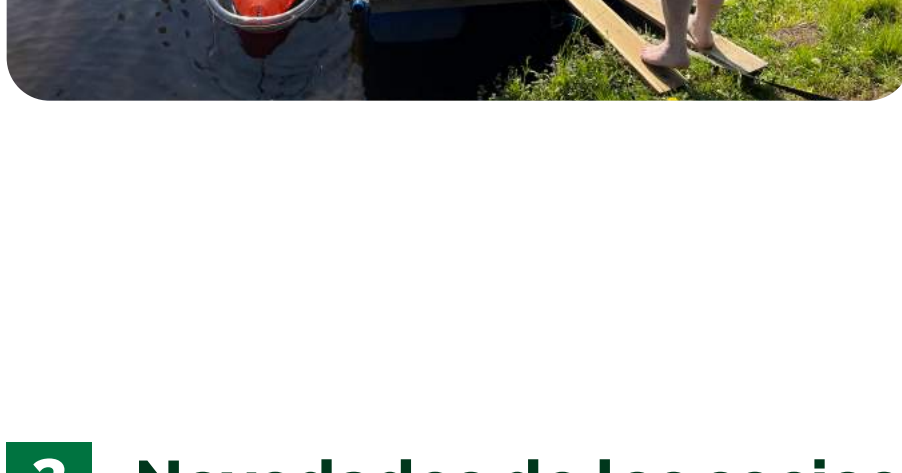
El proyecto #LEADFARM 5.0 se ha puesto en marcha con la misión de "mejorar la capacidad de las cooperativas agroalimentarias, acelerando el desarrollo y asimilación de futuras competencias basadas en innovaciones digitales". El proyecto pretende dar continuidad al Proyecto LEADFARM, aprobado en 2017 en el marco del programa ERASMUS + KA2, presentando una clara evolución que permita ampliar el impacto en cada territorio (se dirige a diferentes públicos objetivos como Consejos Rectores, Gerentes de Cooperativas, Trabajadores de Cooperativas, Agricultores, etc.).

El partenariado está liderado por ICOS, Irish Co-Operative Organisation Society, siendo los otros socios AGACA (Asociación Galega de Cooperativas Agroalimentarias), de España; CONFAGRI (Confederação Nacional de Cooperativas Agrícolas e do Crédito Agrícola), de Portugal; SNRSS (Asociación de Cooperativas Sociales de Polonia); LLKC (Centro de Formación y Asesoramiento Rural de Letonia); Grico Multimedia (empresa italiana experta en tecnología); Changemaker AB (empresa sueca experta en innovación pedagógica); y MEDATLANTIA S. Coop. Galega (empresa española de consultoría experta en proyectos europeos).

Los objetivos de #LEADFARM 5.0 son analizar las oportunidades de empleo emergentes que ofrecen las innovaciones digitales para una Sociedad 5.0; diagnosticar las futuras habilidades y competencias necesarias en el sector cooperativo agroalimentario; desarrollar metodologías de aprendizaje innovadoras y apoyar mecanismos de especialización inteligente dirigidos a cooperativas y nuevos agricultores y ganaderos; promover la divulgación científica a través de nuevas formas de aprendizaje accesible que garanticen la igualdad de oportunidades para colectivos en riesgo de exclusión, y fomentar la participación de las mujeres en los nuevos empleos emergentes detectados así como promover la cultura y valores cooperativos necesarios en la Sociedad 5.0.

2 3ª reunión del Comité Directivo del proyecto #LEADFARM 5.0

La 3ª reunión del Comité Directivo del proyecto tuvo lugar los días 23 y 24 de mayo en el Centro Letón de Asesoramiento y Formación Rural (LLKC) de Lielozoli (Letonia). El orden del día incluía la revisión de la gestión técnica y financiera del proyecto, la revisión de la comunicación del proyecto, el análisis y debate de "Desarrollo de un marco de competencias para las cooperativas agroalimentarias de la UE 2030" y el análisis y debate de "Diseño de un currículo de formación basado en competencias para las cooperativas agroalimentarias de la UE y recursos de formación digitales", así como algunas actividades formativas y de ocio, como actividades sobre el agua.



3 Novedades de los socios del proyecto

España

Guía de buenas prácticas sobre la huella hídrica y de carbono de las explotaciones agrícolas

Esta guía de buenas prácticas, enmarcada en el proyecto "Mejora de la competitividad de las explotaciones de vacuno de leche mediante el asesoramiento para la reducción de la huella de carbono y la huella hídrica", es el resultado del estudio de 100 explotaciones para determinar su huella hídrica y de carbono.

Dada la importancia del impacto ambiental y económico de la producción láctea en Galicia, este proyecto pretende ayudar a los productores a reducir el impacto ambiental y las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) derivadas del consumo de agua y energía, promoviendo buenas prácticas que contribuyan a su reducción.

Para ello, se analizarán las explotaciones productoras de leche a través de la huella de carbono y la huella hídrica para obtener una modelización del consumo de agua y energía en las explotaciones, se formará a agentes de ecoinnovación para que asesoren a los titulares de las explotaciones y se introducirán buenas prácticas para reducir el consumo de energía y agua y mejorar así la competitividad de las explotaciones socias de cooperativas agrarias.

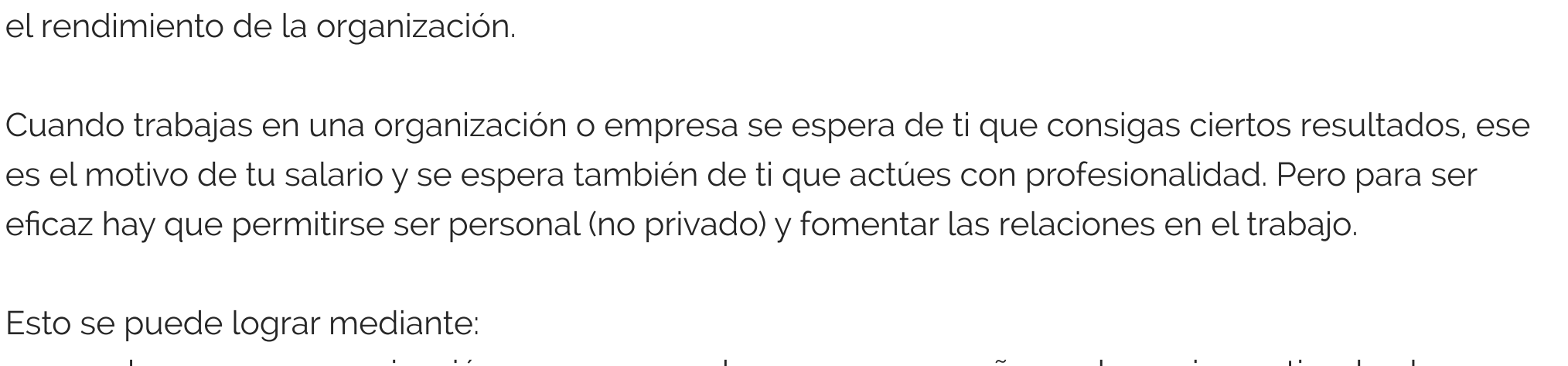
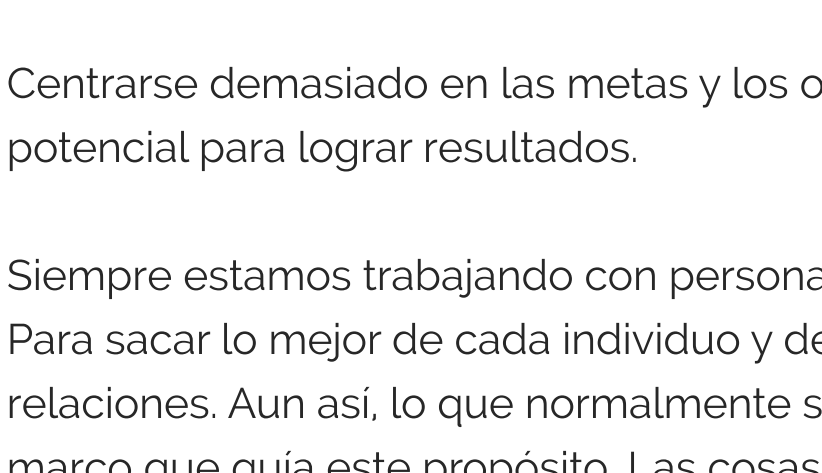
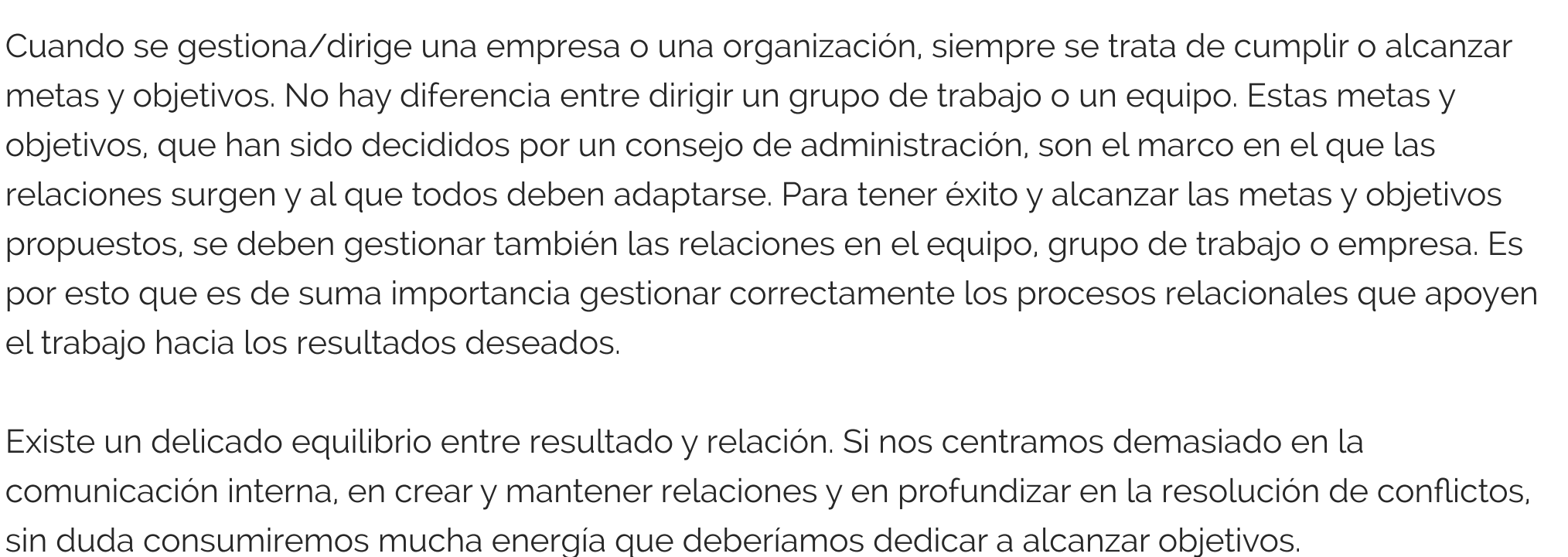
Enlace a la guía de buenas prácticas (en gallego): <https://agaca.coop/wp-content/uploads/2022/09/CFEES-manual-mellora-pegada-2022.pdf>

Portugal

CONFAGRI presenta el proyecto #LEADFARM 5.0 en Portugal, para miembros de cooperativas y otras organizaciones y asesores

CONFAGRI celebró, los días 22 y 23 de febrero, en el Hotel Golf Mar, Vimeiro, su Encuentro Nacional de miembros de cooperativas y otras organizaciones agrarias, una iniciativa que contó con la participación del Presidente de la República, Marcelo Rebelo de Sousa, la Ministra de Agricultura y Alimentación, Maria do Céu Antunes, el Secretario de Estado de Agricultura, Gonçalo Rodrigues, y el Secretario de Estado de Conservación de la Naturaleza y Bosques, João Paulo Catarino, entre otros personalidades, y con la participación de cerca de 400 consejeros y miembros de cooperativas y otras organizaciones.

En el marco de este encuentro, dentro del panel de innovación, António Baião de CONFAGRI presentó el proyecto #LEADFARM 5.0.



4 Artículos

Suecia

Gestión de las relaciones

Anders Pettersson – Changemaker AB

Cuando se gestiona/dirige una empresa o una organización, siempre se trata de cumplir o alcanzar metas y objetivos. No hay diferencia entre dirigir un grupo de trabajo o un equipo. Estas metas y objetivos, que han sido decididos por un consejo de administración, son el marco en el que las relaciones surgen y al que todos deben adaptarse. Para tener éxito y alcanzar las metas y objetivos propuestos, se deben gestionar también las relaciones en el equipo, grupo de trabajo o empresa. Es por esto que es de suma importancia gestionar correctamente los procesos relacionales que apoyen el trabajo hacia los resultados deseados.

Existe un delicado equilibrio entre resultado y relación. Si nos centramos demasiado en la comunicación interna, en crear y mantener relaciones y en profundizar en la resolución de conflictos, sin duda consumiremos mucha energía que deberíamos dedicar a alcanzar objetivos.

Centrarse demasiado en las metas y los objetivos a expensas de las relaciones puede debilitar el potencial para lograr resultados.

Siempre estamos trabajando con personas, cada una con una personalidad y una historia distintas. Para sacar el mejor de cada individuo y del equipo, es importante crear buenas condiciones para las relaciones. Aun así, lo que normalmente sucede es que las metas y objetivos de la organización son el marco que guía este propósito. Las cosas que se hacen siempre deben tener como objetivo promover el rendimiento de la organización.

Cuando trabajas en una organización o empresa se espera de ti que consigas ciertos resultados, ese es el motivo de tu salario y se espera también de ti que actúes con profesionalidad. Pero para ser eficaz hay que permitirte ser personal (no privado) y fomentar las relaciones en el trabajo.

Esto se puede lograr mediante:

- ser claro en su comunicación y asegurarse de que sus compañeros de equipo entienden lo que está diciendo.
- dar a cada miembro del equipo un espacio, donde escuchar con sincero interés lo que esa persona tiene para contar. El posible espacio/tiempo disponible depende del marco de la organización.
- tratar los conflictos y frustraciones con seriedad y actuar en consecuencia lo antes posible. Muchos conflictos tienen su origen en la ignorancia del líder.

Italia

Blockchain e Industria Alimentaria 4.0: las perspectivas más interesantes para la cadena alimentaria

Gianluigi Torchiani

Artículo original (en italiano): <https://www.agrifood.tech/blockchain/blockchain-e-food-industry-4-0-le-prospettive-piu-interessanti-per-la-filiera-alimentare/>

Entre las diversas tecnologías de la última ola de digitalización (nube, big data, inteligencia artificial), la Blockchain es quizás la que suele asociarse menos a un contexto industrial y productivo. El gran público tiende a confundir Blockchain y criptomonedas y los mismos proyectos en el ámbito corporativo luchan actualmente por establecerse y crecer. Sin embargo, existen sectores como el alimentario en el que el Blockchain puede garantizar una verdadera ventaja competitiva haciendo posible contrarrestar una de las peores amenazas para el negocio de las empresas del sector, a saber, el "Italian Sounding" ("de sonoridad italiana", en español).

Es un fenómeno que consiste en el uso de etiquetas, otros símbolos, colores o figuras en los envases que evocan el carácter italiano de los lugares de origen de la materia prima, la receta, la marca o el proceso de transformación. Cuando, por el contrario, estos productos se elaboran en el extranjero, con materias primas importadas de otros países.

A pesar de nombres y características inverosímiles, la sonoridad italiana cala en los consumidores mundiales, hasta el punto de que más de dos de cada tres productos agroalimentarios que se hacen pasar por italianos son en realidad falsificaciones, sin ningún vínculo productivo y laboral con nuestro país. Un auténtico engaño, que resta cada año en el mundo unos 120.000 millones de dólares de valor al Made in Italy agroalimentario, según una reciente estimación de Coldiretti.

Trazabilidad para contrarrestar el Italian Sounding

A la espera de acuerdos internacionales que puedan limitar el fenómeno, la única vía de la que disponen las empresas italianas es la de la calidad, para recalcar la distancia de la verdadera producción Made in Italy con respecto a los productos Italian Sounding. Bajo esta perspectiva, la trazabilidad juega un papel clave: dentro de los procesos de negocio, las organizaciones deben ser capaces de rastrear y controlar que la calidad del producto se mantiene en cada lote de producción. Y la Blockchain puede desempeñar un papel importante: gracias a su característica de registro inmutable y compartido, permite documentar de forma inequívoca todas las operaciones que tienen lugar dentro de la cadena agroalimentaria.

De esta forma, la información validada puede volver al cliente final, que puede así acostumbrarse poco a poco a entender la diferencia con respecto a las falsas afirmaciones del Italian Sounding. El potencial del blockchain es bien conocido por un operador rural y criado cerca de las principales empresas nacionales del mundo de la alimentación, el integrador de sistemas parmesanos Sinfo One. Como dice su CEO, Paola Pomi, la tecnología blockchain no debe verse solo como una herramienta de marketing, como ocurre con demasiada frecuencia en el mercado: "Somos muy conscientes de que el Blockchain puede ser utilizado como una herramienta de marketing, cautivando e involucrando al consumidor final. En cambio, también estamos especialmente atentos al papel que puede desempeñar la Blockchain en términos de optimización de procesos, de una mayor transparencia de la cadena de suministro y de integración entre diferentes realidades. En efecto, esta tecnología permite integrar empresas pertenecientes a una misma cadena de producción, que pueden decidir colaborar para garantizar la utilización de una materia prima de calidad en todos los procesos de producción y transformación, hasta el plato del consumidor final. Las soluciones que hemos puesto en marcha en este frente recogen ambos aspectos, de forma que se maximiza la inversión por parte de las empresas".

La mirada de One los mercados internacionales a la comida italiana

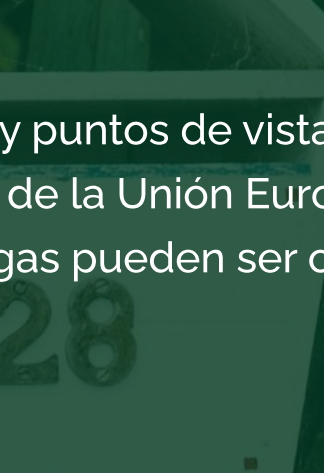
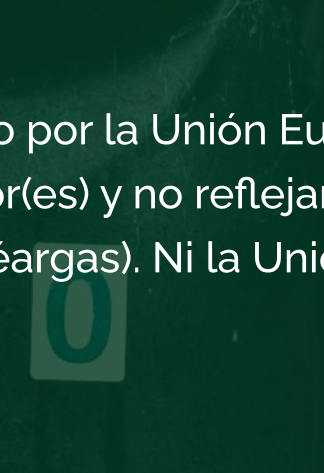
Por ello, Sinfo One ha desarrollado soluciones blockchain que permiten vincular a quienes suministran la materia prima con quienes la trabajan y, para determinados tipos de productos y marcas, esta información también está disponible para el consumidor final, a través de los ya clásicos Códigos QR contenidos en las etiquetas.

Proyectos que, por el desarrollo, se han utilizado sobre todo en el extranjero: "Las principales soluciones que hemos desarrollado se han utilizado sobre todo en el mercado americano, que valora especialmente la comida italiana, considerada cualitativamente mejor que la de otros países. En este mercado, el valor atribuido al origen y al proceso de producción de un producto alimentario italiano a menudo hace posible una inversión de este tipo. En la actualidad existen importantes minoristas internacionales que están dispuestos a pagar no sólo por la materia prima, sino también, en el caso de determinados productos, por la calidad de la información facilitada. Desde nuestro punto de vista, sin embargo, siempre es importante entender qué productos y qué tipos de consumidores finales podrían beneficiarse realmente del uso de esta tecnología. Por lo tanto, no todo, especialmente en el mundo de la alimentación, debe acabar necesariamente en la Blockchain. Nuestra tarea es también ayudar a los clientes a pensar en el tema de una manera racional y no con la lógica del todo o nada".

En resumen, una inversión en Blockchain siempre debe ponderarse adecuadamente, teniendo en cuenta los plazos de amortización. Esto no significa, sin embargo, que incluso las empresas que se dirigen principalmente al mercado nacional puedan sentir un cambio de este tipo, especialmente cuando quieren aprovechar al máximo una materia prima que tiene una historia y un origen de calidad, caracterizado por el respeto al medio ambiente y los recursos naturales.

Los datos que necesita la Blockchain

También porque, desde un punto de vista técnico, la Blockchain no es compleja en sí misma: "En realidad, los problemas están relacionados con el cálculo de tiempos, costes y beneficios. El tema es filtrar dentro del ERP aquellas marcas y aquellos artículos que tienen el kit Blockchain adjunto. De hecho, los tiempos del proyecto son relativamente cortos, porque una vez que todo está trazado dentro del ERP y se han optimizado los procesos industriales, activar la trazabilidad de la Blockchain se convierte casi en un tecnicismo. Muy a menudo, el problema se encuentra aguas arriba: si el cliente está acostumbrado a rastrear sólo lo que está prescrito por razones regulatorias, es difícil organizar en Blockchain el origen de la carne de sus embutidos, debería asegurarse de que en la fase de sacrificio no sólo se distingue el día de cada lote -como exige la legislación vigente-, sino también el lugar de origen de cada lote individual de carne. Por regla general, cuando una industria cuenta con una organización de la cadena de suministro en la que cada proveedor obtiene distintivos de calidad por las materias primas suministradas, puede contar con un excelente punto de partida para el Blockchain. En estos casos, el tiempo de implantación es puramente técnico", concluye el CEO de Sinfo One.



Co-funded by the European Union