



Planta de Ondupack en Navalmoral de la Mata.

FOTOGRAFÍA: HOY



El pragmatismo digital y la búsqueda de rentabilidad que abandera la gran industria se traslada con igual fuerza al campo extremeño, un sector obligado a tecnificarse para responder al cambio climático y ganar competitividad internacional. Para firmas líderes como Tany Nature y Conesa Group, la innovación arranca en el propio laboratorio. Los directivos de ambas empresas extremeñas, Atanasio Naranjo y Manuel Vázquez, respectivamente, lo confirmaron durante el mes de mayo en el foro BBVA 'Innovar para cultivar el futuro' que tuvo lugar en Mérida. El presidente de Tany Nature Group, Atanasio Naranjo, sostuvo que, ante el calentamiento global, «las especies se adaptan, pero los productores también nos tenemos que adaptar». Desde su perspectiva, el manejo de las explotaciones resulta clave –dijo ejemplificándolo en el uso de coberturas de hierba para reducir la temperatura del suelo–

y advirtió de que, si bien «con la genética las variedades se adaptan a la realidad climática, también se tiene que adaptar el productor».

Por su parte, Manuel Vázquez, consejero delegado de Conesa Group, compartió este diagnóstico y pronosticó que «el impacto de las nuevas técnicas de edición genética va a acelerar las variedades que hay en el mercado», recordando que la evolución varietal de las últimas dos décadas ya ha disparado los rendimientos en el cultivo del tomate. Vázquez defendió el papel de la tecnología para optimizar las tareas del día a día, destacando soluciones prácticas como el uso de drones, que permiten acceder a las fincas cuando las borrascas inundan el terreno e impiden el paso de un tractor. Sin embargo, el directivo de Conesa no olvida las deficiencias estructurales de la región y reclama una mejora en las infraestructuras hídricas para no desperdiciar los desembalses invernales: «Podríamos aprovechar

El campo extremeño ha sido un sector obligado a tecnificarse para responder al cambio climático y ganar competitividad internacional

más las épocas de lluvia para garantizar el riego en otros momentos».

El reto del relevo generacional

Respecto a la fórmula para atraer a los jóvenes al sector agrario, uno de los grandes retos de la empresa extremeña, Manuel Vázquez se muestra convencido de la contribución que puede hacer la tecnología para atraer a trabajadores y empresarios a la agricultura, aunque matiza el papel de las personas recordando que «ni el agricultor se va a convertir en tecnólogo ni el tecnólogo en agricultor».

Por el contrario, Atanasio Naranjo sostiene que la tecnología por sí sola no resolverá el problema demográfico del campo y sitúa la base de la solución en la vocación, los valores y la urgencia de «reflotar la Formación Profesional para que la España vaciada se llene de vida». Para el presidente de Tany Nature, el verdadero imán para las nuevas generaciones debe ser el propósito esencial de la agricultura: «Nuestra tarea es proveer de alimentos a la creciente población y a sus mascotas. No vamos a atraer a los jóvenes con tecnología, los vamos a atraer si quieren cuidar la naturaleza y crear unos alimentos sanos que la población pueda comer con tranquilidad».

Ya sea replicando fábricas en un entorno virtual para eliminar el riesgo de error en una aceña, editando genéticamente variedades agrícolas para desafiar al clima o sobrevolando fincas encharcadas con drones, las empresas líderes en Extremadura están demostrando que el verdadero valor de la tecnología disruptiva radica en su capacidad para tomar mejores decisiones. La transición hacia esta tecnología de segunda generación apenas está en sus fases iniciales de experimentación, pero el viraje estratégico es irreversible y ya ha comenzado.