

AGRICULTURA COMERCIALIZACIÓN

# Marca de aceite de alta gama de Lleida a 40€ el medio litro

Proyecto del Clúster con 14 productores que impulsa GlobaLleida || El lanzamiento, con 3.000 botellas, se hará la próxima campaña

AGENCIAS

LLEIDA | L'Associació Clúster de l'Oli de Catalunya, que agrupa actualmente a catorce productores de Lleida, prevé tener lista para la próxima campaña 2018-2019 una marca conjunta de aceite gourmet que saldrá al mercado con un mínimo de 3.000 botellas de medio litro. Prevé venderlas a entre 30 y 40 euros cada una.

Según el responsable de proyectos sectoriales de GlobaLleida, Josep Maria Barrufet, con la nueva marca se quiere dar salida al aceite más exclusivo, pero también que haga de motor para aportar valor añadido al resto de la producción, que aún se vende mayoritariamente a granel a pesar de ser de gran calidad. Un estudio del consorcio constata que el aceite leridano que se vende envasado con marca propia no llega al 30%.

Los responsables del Clúster quieren que el nuevo aceite Premium tenga la categoría máxima 'top gourmet' y por eso se han impuesto cumplir con unas rigurosas características organolépticas.

"Para el primer año no nos planteamos una gran producción de botellas pero sí garantizar una cantidad suficiente para dar a conocer la marca en mercados locales pero también en mercados exteriores muy bien posicionados", comenta Barrufet.



Josep Maria Barrufet ha dado a conocer el proyecto de la marca.

PARTICIPANTES

Dos cooperativas y una docena de pequeños productores conforman ahora el Clúster

El diseño de las envases ya está a punto para que pueda salir al mercado la próxima campaña y ahora se está trabajando con el plan de marketing.

Una parte se destinará al mercado más próximo, centrado en las tiendas especializadas de Barcelona, y el resto se prevé exportar a países centroeuro-

peos, el Benelux, EEUU y Japón, donde se concentran los esfuerzos para abrir mercado.

Actualmente forman parte del Clúster dos cooperativas -la de Sant Isidre de Las Borges Blanques y la de La Granadella- y el resto son pequeños productores. Suman una producción total de 2.520 toneladas, que supone alrededor del 30% de la producción total de Lleida, según datos del consorcio.

El estudio del sector de GlobaLleida identificó 92 empresas oleícolas en la provincia de Lleida con una facturación de 500 millones, que emplean a más de 900 personas.

AGRICULTURA CRISIS



## Protesta de agricultores en Zaragoza por los bajos precios de la fruta

ZARAGOZA | Agricultores convocados por Uaga-Coag protestaron ayer en Zaragoza por los bajos precios de la fruta. Repartieron mil kilos de manzana de

la comarca de Valdejalón junto a la delegación del Gobierno. Recordaron que la caída espectacular de los precios comenzó en 2014, coincidiendo con el veto

ruso. Dijeron que los costes de producción oscilan de 30 a 35 céntimos el kilo, ellos apenas cobran de 20 a 25 y el consumidor paga de 1,5 a 2 euros.

LIDERAZGO

EDUARD CRISTÓBAL FRANSI\*



## Singularidad tecnológica

La singularidad tecnológica es un concepto que se discute desde los años 60. Se refiere a que llegará un momento en que la tecnología se desarrollará de manera tan rápida que los robots, ordenadores, máquinas, etc. serán capaces de mejorarse a sí mismos y de forma autónoma, llegando a desarrollar superordenadores o superrobots que serán muy superiores a nuestra capacidad intelectual y física y posiblemente se puedan escapar a nuestro control.

Da que pensar. Podemos ver reflejada en la evolución de Internet el desarrollo de la singularidad tecnológica. En el nacimiento de Internet, que podemos denominar la web 1.0, los sitios web eran dirigidos únicamente a la lectura. El usuario no podía interactuar con el contenido de la página (nada de comentarios, respuestas, citas, valoraciones, etc.), estando totalmente limitado a lo que el webmaster subía a esta. Este período comprende desde el año 1991 hasta el año 2003. Ese mismo año, en una conferencia en la que se exponían los cambios que se producían en la red, Tim O'Reilly denominó a ese nuevo internet la web 2.0. En este momento el papel del usuario cambia: lee-escribe-colabora. En pocas palabras, interactúa.

Pasan los años, y llegamos al 2008. Ese año Apple lanza su primer iPhone. El smartphone que revolucionó no solo la telefonía móvil sino la manera en que la gente se conecta a la red. Nace el web 3.0. El terminal móvil se convierte en un miniordenador que permite al usuario conectarse a internet, escuchar música online, ver vídeos, hacer fotos y publicarlo al instante. El Smartphone se ha convertido en un centro de ocio, y permite vivir y compartir experiencias a través de las redes sociales. Y no solo eso, el crecimiento del m-commerce (mobile commerce) es tres veces

superior al e-commerce. Tenemos un centro comercial en el bolsillo. La web se tiene que adaptar al nuevo dispositivo.

Y por fin llegamos a la web 4.0. ¿Y eso qué es? Yo lo resumiría en la Big Data. La transformación de la red en una base de datos. Internet evoluciona y podemos encontrar tecnologías de inteligencia artificial, web geoespacial, web 3D, realidad aumentada, robots, web semántica... Es aquí, en la web semántica, donde me quiero detener. Un hito fue el lanzamiento de Watson en 2010, el sistema de inteligencia artificial de la multinacional IBM que es capaz de responder a pre-

*El lanzamiento de Watson en 2010 fue un hito: un sistema de inteligencia artificial que es capaz de responder a preguntas formuladas en lenguaje natural*

guntas formuladas en lenguaje natural. Desde mediados del año 2016 buscadores como Google, Baidu (China), Yandex (Rusia) o la red social Facebook, entre otros, ya han incorporado a sus principales actividades las tecnologías semánticas. El ordenador o el móvil ya es capaz de entendernos. Ya podemos plantear preguntas directamente a los asistentes de nuestro iPhone (Siri) o de nuestro Android (Google Assistant). Y nos responden.

Pero, ¿cuándo llegará esta singularidad tecnológica? ¿Cuándo las máquinas nos superarán? En un coloquio celebrado durante la conferencia SXSW en Austin, Texas, el conocido futurista Ray Kurzweil señaló que esta singularidad se alcanzará en 2029. Solo quedan 11 años. ¿Estamos preparados?

(\*) EXPERTO EN MARKETING, LECTURER, SPEAKER Y CONSULTOR DE INGENIO, LEADERSHIP SCHOOL.

CFC - UNIVERSIDAD DE LLEIDA

PROGRAMAS de DESARROLLO DIRECTIVO y del LIDERAZGO  
"Formación para directivos líderes"

www.ingenioschool.com

