

# Cambios de paradigmas

La clave de la supervivencia de las empresas radica en buena parte en su capacidad para cambiar paradigmas o, al menos, su capacidad de adaptarse rápidamente a tales cambios



Xavier  
**Justribo**

Director de Desarrollo  
Estratégico

Sustainable Agro  
Solutions, S.A.

info@greencareby-sas.com

**P**aradigma, término procedente del griego (paradeigma), significa ‘modelo’ o ‘ejemplo’.

Un cambio paradigmático es, por tanto, un cambio hacia un nuevo conjunto de reglas, y suele ser la base de grandes cambios que vivimos en nuestros días a todos los niveles; social, cultural, económico, científico...

Aplicado al mundo de los negocios, diríamos que en última instancia, la clave de la supervivencia de las empresas radica en buena parte en su capacidad para cambiar paradigmas o, al menos, su capacidad de adaptarse rápidamente a tales cambios.

Y 25 años dan para muchos cambios de paradigma, entre los cuales podríamos destacar, por su repercusión en el sector agrícola:

## El concepto de frontera

Las fronteras “físicas” desaparecen, con la aparición de los Tratados Comerciales Internacionales (UE, GATT, TLC, MERCOSUR), y son sustituidas por otro tipo de fronteras, tales como la calidad, la sostenibilidad y la responsabilidad social. Por ello, el mundo se ha convertido en un mercado global, controlado por grandes cadenas de distribución convertidas en verdaderos centros logísticos mundiales, lo cual obliga a los productores locales a replantearse su ‘rol’ y a tomar una decisión: o se especializan, o concentran su oferta para tener un mínimo de poder de negociación ante las comercializadoras, o... ya pueden ir preparándose para sufrir cada vez más.

## El concepto de agricultor

El Diccionario de la RAE nos dice que agricultor es la ‘persona que labra o cultiva la tierra’. Pero estos últimos 25 años estamos asistiendo a un cambio radical de este oficio. Por una parte la caída de las fronteras convencionales y por otra la irrupción de la tecnología en el campo (genética, biotecnología, tecnificación de riegos, control de clima, etc...), hacen que este señor que antes cultivaba la tierra tenga que reciclarse para convertirse un empresario agrícola si quiere perdurar.

## El concepto de consumidor

La sociedad del bienestar existente en los países más avanzados y el espectacular aumento y diversificación de la oferta, han propiciado la aparición del consumidor proactivo, aquel que no se limita a “comprar productos de consumo”, sino que exige atributos hasta hace poco impensables: productos ecológicos y procedentes de prácticas sostenibles, productos frescos fuera de estación (obligatoriamente importados), productos listos para comer...

## El concepto de Innovación

Tiempo atrás Innovar era un hecho diferencial, novedoso. En cualquier caso era una opción dentro de la actividad empresarial. Hoy no. Innovar se ha convertido en un asunto de supervivencia empresarial y constituye una herramienta de competitividad imprescindible en el siglo XXI que ningún empresario -agrícola o no- puede permitirse el lujo de ignorar.

El futuro pues pertenece, en nuestro sector, a aquellas compañías que sean conscientes de los profundos cambios vividos en estas dos últimas décadas, y que continúan teniendo lugar inexorablemente hoy en día a mayor velocidad si cabe.

En este sentido, Ediciones de Horticultura, S.L. ha sido y es un ejemplo de compañía en constante adaptación a esta época de cambios a lo largo de sus 25 años de historia como líder de comunicación agrícola, y también este modelo de negocio es el que ha permitido que nuestra



Construcción de las pérgolas en la EXPO'92 con plantas cultivadas sin suelo a 8 metros de altura.



Revista Horticultura nº 71, 1991.



cuidamos de ti



cuidamos el cultivo

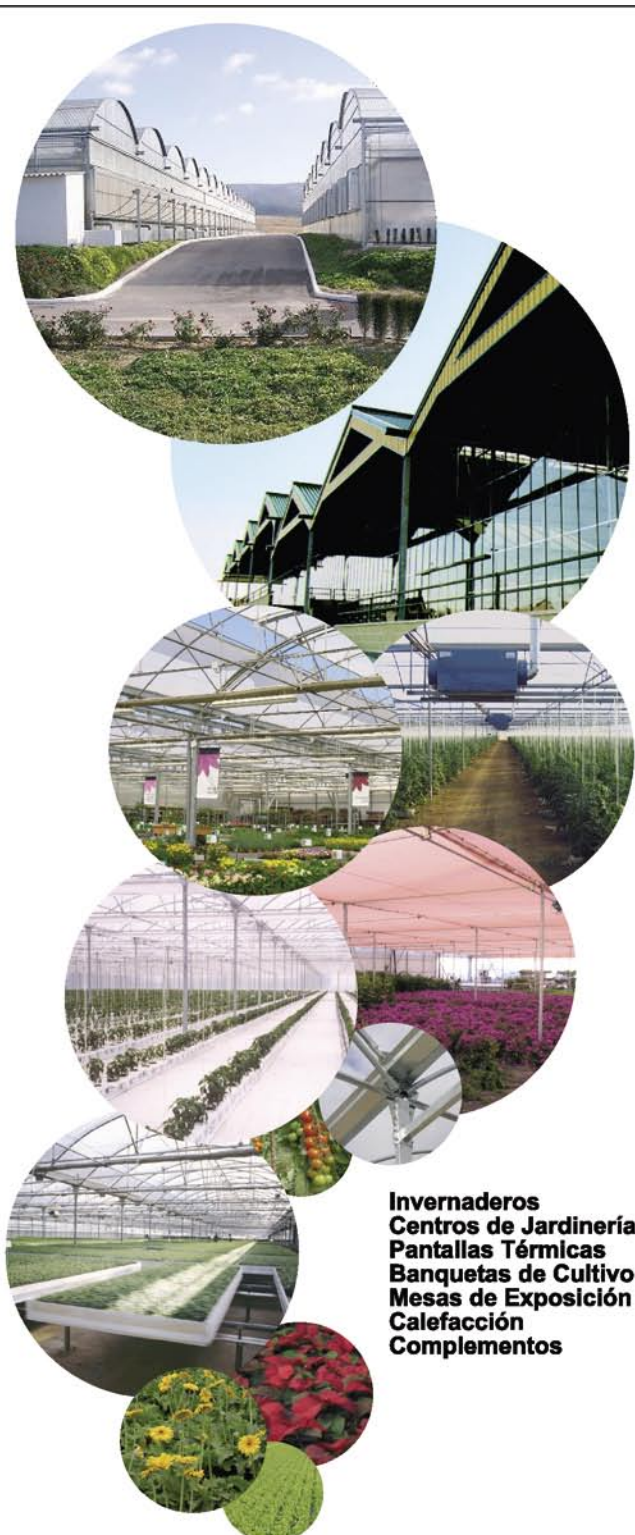


también cuidamos de ti



incluso cuidamos de ti

compañía, Sustainable Agro Solutions, SA (más conocida como CODA) continúe, tras 17 años desde su fundación, gozando de un indiscutible prestigio nacional e internacional, como uno de los líderes del sector de la nutrición especializada y prevención agrícola.



**Invernaderos  
Centros de Jardinería  
Pantallas Térmicas  
Banquetas de Cultivo  
Mesas de Exposición  
Calefacción  
Complementos**



**INVERNADEROS E INGENIERIA**

D> Camino Xamussa, s/n. Apdo.145; 12530 Burriana (Castellón) España  
T>(+34) 964 514 651 F >(+34) 964 515 068 M>ininsa@ininsa.es W>www.ininsa.es