

Fernando Pozo, presidente de PTV: “hay falta de concienciación sobre la importancia de la innovación”

Fernando Pozo, presidente de la [Plataforma Tecnológica del Vino \(PTV\)](#), contesta a las preguntas que le hemos realizado desde Tecnovino para conocer porqué es tan necesaria la innovación en el sector vitivinícola y de qué forma contribuye esta asociación a promoverla.



Fernando Pozo durante su intervención en el último encuentro anual de la Plataforma Tecnológica del Vino (PTV).

Para la **PTV** es fundamental la **apuesta por la innovación como motor de la competitividad de la producción vitivinícola, nacional y europea**. Desde 2011 se encargan de abanderar la actividad de I+D+i del sector del vino y se constituye como el punto de encuentro para todos los agentes involucrados. Así aglutina a **bodegas, firmas del sector auxiliar, asociaciones empresariales, Universidades, Centros Tecnológicos, Organismos Públicos de Investigación, Consejo Reguladores, consultores**, etc. En definitiva a todos aquellos a quienes interese la innovación y cómo implantarla en su día a día para mejorar.

Recientemente la **Plataforma Tecnológica del Vino (PTV)** celebraba su [encuentro anual en Cambados en Bodegas Martín Códax](#), donde ha presentado la **nueva Agenda Estratégica de Innovación 2017-2020**. Allí tuvimos ocasión de charlar con **Fernando Pozo**, presidente de la plataforma para conocer de cerca su trabajo y tener una imagen más cercana de la innovación vitivinícola desde su perspectiva.

Tecnovino – ¿De qué forma apoya la PTV a sus socios?

Fernando Pozo (PTV) – La plataforma es un punto de encuentro de tres tipos de socios, que son: las **bodegas**, que establecen sus propias necesidades, los **centros de investigación y universidades** que aportan el **conocimiento técnico y teórico** y otro tipo de socios son las **empresas auxiliares**, que se encargan de construir o implementar esas respuestas a las necesidades planteadas por las bodegas.

Lo que hace PTV es prestar una serie de servicios a los socios, como **dinamizar los proyectos**, dar un apoyo en **comunicación** y a las **bodegas pequeñas** que puedan tener una dificultad de acceso a la innovación. Lo que hace es una **función de agente tecnológico**, es decir las acompaña y abre las puertas indicadas para dar satisfacción a esa necesidad de innovación que tienen. Le dice con quién puede contactar, qué otras empresas están interesadas, con qué proyecto puede colaborar... De hecho los proyectos engloban las tres partes: bodegas, centros de investigación y empresas auxiliares. De modo que es igual que

sea una empresa grande o una pequeña, la grande puede tener sus propios medios, pero la plataforma siempre tiene el apoyo o interlocución con el Ministerio, ya sea el de Agricultura o el de Industria a la hora de ver qué **línea de financiación** puede conseguir, cómo lo puede orientar, etc. Así PTV dinamiza los proyectos y presta un apoyo para que salgan adelante.

En los últimos años la propia PTV ha apoyado y dinamizado **82 proyectos de innovación** que han supuesto **62 millones de euros de ayudas** públicas para invertir en ellos.



– Aparte de esas ayudas públicas entendemos que habrá que aportar una inversión por parte de las propias empresas...

Sí, todos los **proyectos** son **público-privados**, por lo que la bodega se tiene que comprometer y hacer una aportación, en recursos personales, materiales y tiene un apoyo desde el Ministerio en forma de ayudas públicas, pero la financiación siempre es público-privada.

– Si una empresa vitivinícola quiere innovar, ¿cuánto presupuesto tiene que pensar en destinar a este tema?

No hay límites, siempre y cuando se justifique y se demuestre la rentabilidad y el interés del proyecto. Al final se trata de que si hay una idea y se es capaz de defenderla, la PTV va a ayudar sin duda a que eso se pueda trasladar al **Ministerio de Agricultura**, al **CDTI** o al **Ministerio de Economía** y ver qué líneas se pueden ajustar, si se puede crear un clúster, si es un proyecto local o nacional o europeo. No diría que hay límites en el presupuesto, puede ser tan ambicioso el proyecto como uno quiera.



– ¿Cuál o cuáles han sido los proyectos más innovadores realizados hasta la fecha?

Para mí uno de los más importantes es el que se llama **Winetwork**, porque es un **proyecto europeo** y han participado, este hecho es insólito, **siete países europeos**, muchos centros tecnológicos y bodegas. Ha durado tres años y ha tenido una financiación muy importante que se ha orientado a crear una **red de conocimiento sobre las enfermedades de la madera**, que ya hemos visto que es uno de los principales problemas que tiene el sector y que cada año va creciendo. Entonces es un **proyecto global** y es uno de los más interesantes por su gran amplitud.

Otros proyectos destacados son los dirigidos hacia la **sostenibilidad** y **lucha contra el cambio climático**, como es el caso de **El Priorat**, que se ha desarrollado en la zona del Priorato y que busca cómo se puede llegar a una **agricultura** y a un **sector vitivinícola más sostenible**.

Los proyectos que más me gustan son los de las enfermedades de la madera porque solucionan un problema y los de sostenibilidad porque tenemos que buscar un sector que sea sostenible.

– Uno de los temas de más actualidad es la transformación digital, de hecho PTV organizó una jornada al respecto durante la pasada feria de Enomaq-Tecnovid celebrada en Zaragoza, ¿falta mucho camino hasta alcanzarla en el sector vitivinícola?



No es que falte mucho camino, sino que nunca se acaba. Al final lo que intentamos es **ver cómo las nuevas tecnologías pueden apoyar al sector en sus proyectos de innovación**. Por ejemplo se están desarrollando cantidad de proyectos sobre todo en **viticultura**, con bastantes que utilizan la **georreferenciación**, para gestionar las parcelas, que **emplean los drones para tomar fotografías aéreas** y con eso **prevenir las necesidades de riego**, los **riesgos de plagas**, te da una fotografía aérea, una **visión de cómo está el viñedo**. O también muchos relacionados con las **estaciones**

meteorológicas que te dan **información en tiempo real sobre la humedad, el terreno**, si tienes o no que regar, etc. Lo que se trata es de aprovechar esas nuevas tecnologías para ayudar al sector.

O en el caso de las propias bodegas va a ser también casi por imperativo legal el tema de la **trazabilidad**, se requiere que haya una **trazabilidad desde la cepa hasta las botellas**, eso no se puede hacer a mano y es una actividad bastante compleja, porque se reciben vinos de muchas parcelas, van a depósitos, tienen mucho proceso de mezclas, envejecimiento, luego acaban en una botella y lo que requiere es asegurarse de dónde viene lo que se tenga en ellas. Este hecho, que se dice fácil, requiere de una tecnología que no todas las bodegas tienen. Así que también se apoyan este tipo de necesidades.

– ¿Qué carencias y qué virtudes tiene la industria del vino?



La **mayor carencia** diría que es la **falta de concienciación sobre la importancia de la innovación** y el no considerar la innovación como un **factor competitivo que nos puede permitir crecer**. En la PTV hay muchas bodegas, pero hay muchas más fuera que dentro y al final lo que tratamos es de **sensibilizar y concienciar al sector de la importancia de la innovación**. Con este aspecto diferencial se va a conseguir tener **productos de mejor calidad y más diferenciados del resto**, lograr **procesos más eficientes**, conseguir **productos que satisfagan las necesidades de los consumidores en mejor medida**. Pero España no es un país que apueste mucho por la innovación en términos generales. La innovación es para otros.

Y por el contrario también el punto fuerte es que por lo menos existe una **plataforma**, que es un **punto de encuentro del sector en el que cada vez participan más bodegas y que hace una labor de difusión**. Tenemos una newsletter que llega a muchas bodegas, para que se conozcan los proyectos en marcha y qué se está haciendo. El boletín y la web de PTV están abiertos para permitir el acceso a quienes les interese.



– El enoturismo es otro aspecto del sector al alza, ¿hay proyectos de innovación en enoturismo o está todo inventado?

Dentro de las seis grandes áreas de interés con las **principales líneas de actuación en I+D+i** para los próximos años de la PTV, divididas en:

- Tres que incluyen toda la cadena de valor del vino: Viticultura, Proceso y Producto,
- dos áreas transversales: Salud, Sostenibilidad y Cambio Climático,
- y un área global de Economía Vitivinícola.

El **enoturismo** se englobaría en el **aspecto económico**, es una forma de **potenciar el consumo** y requiere de las **nuevas tecnologías**. El enoturismo no es abrir las puertas y que entren turistas, se les tiene que ofrecer un servicio, experiencias, se les ha de cobrar por entrar y si se les cobra hay que darles algo a cambio. Todo esto requiere una infraestructura y tecnología que muchas bodegas no tienen.

Otro ejemplo es las propias **ventas online** que están en crecimiento, pero no consiste en desarrollar una página web y vender, necesitan de comunicación y tecnología. Es un aspecto que está en aumento y se está haciendo quizás en muchos casos de forma amateur, por lo que **es necesario una profesionalización**, que es una de las estrategias de la PTV: **conseguir la profesionalización del sector**, desde el que está en el viñedo hasta el que se encarga de las relaciones públicas en la bodega.