Revista mensual | 19 de diciembre de 2020 | Nº60

Agro

elEconomista.es

ENTREVISTA A IGNACIO ELOLA, PRESIDENTE DE INLAC

"TENEMOS QUE TRASLADAR LA IMPORTANCIA DE LOS LÁCTEOS PARA APORTAR VALOR A TODOS LOS ESLABONES"

LA NUEVA LEY DE LA CADENA NO MEJORA LOS PRECIOS EN ORIGEN Y ENFRENTA AL SECTOR

Caída generalizada de las cotizaciones pese a la obligatoriedad de pagar por encima de los costes de producción

En portada | P4

Los costes de producción en los contratos no mejoran los precios

La principal modificación de la Ley de la Cadena Alimentaria no supera su primera prueba mientras divide a las organizaciones agrarias y a las cooperativas.

Actualidad | P10

El sector agroalimentario contiene la respiración ante la recta final del 'Brexit'

La preocupación ante una salida sin acuerdo genera "preocupación" ante los efectos en un mercado al que vendemos 4.000 millones.

Entrevista | P14

Ignacio Elola, presidente de la Interprofesional Láctea Inlac

Recién llegado al cargo, aboga por convencer a los consumidores de la importancia de los lácteos en una dieta saludable para trasladar valor a toda la cadena.

Coopertaivas | P18

Grupo AN duplica facturación en apenas cinco años

La compañía navarra se consolida en el podio cooperativo tras crecer un 7% el pasado ejercicio hasta alcanzar un volumen de negocio de 1.354 millones de euros, prácticamente el doble del que tenía hace un lustro.

Emprendedores | P34

Olivos y hongos conectados por un suelo que los retroalimenta

María Rosas Alcántara recibe el reconocimiento del MAPA por Setacor, un innovador proyecto de economía circular que fusiona el olivar con el cultivo de setas.

Sector forestal | P48

La castaña gallega busca duplicar un negocio de 100 millones

La IGP Castaña de Galicia trata de impulsar la profesionalización de una actividad que puede duplicar sus 100 millones de negocio.

Edita: Editorial Ecoprensa S.A.
Presidente Editor: Gregorio Peña **Vicepresidente:** Raúl Beyruti Sánchez
Directora de Relaciones Institucionales: Pilar Rodríguez **Director de Marca y Eventos:** Juan Carlos Serrano

Director de elEconomista: Amador G. Ayora
Coordinadora de Revistas Digitales: Virginia Gonzalvo **Director de elEconomista Agro:** Rafael Daniel
Diseño: Pedro Vicente y Elena Herrera **Fotografía:** Pepo García **Infografía:** Clemente Ortega **Redacción:** Eva Sereno

Una cuestionada Ley de la Cadena que no mejora los precios en origen

Tras dos meses de intensas movilizaciones de los agricultores en la calle por la preocupante falta de rentabilidad de su actividad, el Gobierno intentó a principios de año neutralizar las protestas del sector primario con una precipitada reforma de la Ley de la Cadena Alimentaria. Fue a través del conocido Real Decreto 5/2020, que incluía como principal medida la obligatoriedad de establecer en los contratos precios de compra que superasen los costes de producción bajo la amenaza de recibir duras sanciones. La respuesta del Ejecutivo a la que había sido una reivindicación unánime de las organizaciones agrarias nació en realidad hueca, porque no se acompañaba de unos índices oficiales y objetivos sobre los costes reales de producción a los que referenciar los contratos.

Pero más allá de eso, la dramática irrupción de la pandemia del coronavirus ha terminado por dar un baño de realidad a los intentos de intentar modificar a golpe de normas el funcionamiento de los mercados. Con la caída de la demanda por la paralización de la hostelería y el turismo, por un lado, y las abundantes cosechas en algunos cultivos, por otro, era prácticamente imposible para muchas empresas con sus almacenes cargados de stock asumir subidas del coste de las materias primas sin poner en riesgo su propia viabilidad. Como era de prever, la modificación de la Ley de la Cadena no se ha traducido en una subida de precios en origen, sino todo lo contrario: el año se cierra con una generalizada caída de las cotizaciones, especialmente importantes en la patata (-22%), el aceite de oliva (-11,4%) o el vino (-8%), según reconoce el propio Ministerio de Agricultura en su avance de la Renta Agraria.

> La reforma del Gobierno para cubrir los costes de producción es vista como una amenaza por las cooperativas

Lo más preocupante es que la reforma es vista como "una amenaza" dentro del propio sector agrario. Las cooperativas agroalimentarias, que comercializan la producción de más de un millón de agricultores, son claras al rechazar una normativa que, advierten, puede tener el efecto contrario al que se persigue. Estas compañías apuestan por los mecanismos de gestión de los mercados, el dimensionamiento del sector y el avance en la integración de la oferta como los instrumentos adecuados para conseguir un "objetivo compartido con las organizaciones agrarias", como es el de mejorar las retribuciones a los agricultores. Más grave aún es que la reforma, que ha generado un claro enfrentamiento entre las Opas y estas estructuras de economía social, amenaza con romper la unidad del sector y debilitar uno de los mayores logros conseguido en los últimos años como ha sido el fortalecimiento de un movimiento cooperativo que permite fortalecer la posición negociadora de los productores, innovar para incorporar valor añadido o buscar alternativas al mercado interior con las exportaciones.

LAS CARAS DE LA NOTICIA

Ignacio Elola Zaragüeta
Presidente de la Interprofesional Inlac

↑ Apuesta por la unidad de productores e industria láctea para encarar los retos del sector

Robert Renwick
Director general de Syngenta

↑ La compañía de semillas y protección de cultivos refuerza su compromiso con la sostenibilidad

Luis Planas
Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación

↓ Su cuestionada reforma de la Ley de la Cadena Alimentaria no ha logrado mejorar los precios en origen

Francisco Arrarás
Presidente de Grupo AN

↑ La compañía navarra continúa creciendo y se consolida como uno de los referentes cooperativos

Sin subidas de precios y con el sector enfrentado

La obligatoriedad de pagar los productos agrarios por encima de los costes de producción no ha supuesto un incremento de los precios en origen y divide a opas y cooperativas

Rafael Daniel

El 25 de febrero, el Consejo de Ministros aprobaba por la vía de urgencia el Real Decreto 5/2020 de modificación de la Ley de la Cadena Alimentaria. Era el intento del Ejecutivo de detener la ola de protestas del sector agrícola y ganadero que desde principios de año inundaba nuestro país por la falta de rentabilidad de su actividad.

La propuesta "estrella" del Decreto era la obligatoriedad de fijar en los contratos agrarios unos precios por encima de los costes de producción para mejorar la rentabilidad del sector, una demanda unánime de las organizaciones agrarias que, sin embargo, reconocen que no se ha traducido en un incremento del valor de las producciones de los agricultores.

A falta de resultados en el que era el principal objetivo, lo que sí ha hecho el cambio normativo ha sido dividir al sector y provocar un enfrentamiento entre las organizaciones agrarias, y las cooperativas agroalimentarias, que se oponen a tener que vender por encima de costes sin tener en cuenta los elementos que regulan el mercado. Estas compañías, más

La patata lidera la caída de precios. Getty

PEDRO BARATO
Presidente de Asaja

"No hay un instrumento para poder referenciar los costes de producción en los contratos"

MIGUEL BLANCO
Sec. gral. de Coag

"Hay muchas presiones para debilitar la Ley pero vamos a defenderla"

LORENZO RAMOS
Sec. gral. de UPA

"Algunas cooperativas se están confundiendo y me gustaría que se lo replantearan"

AGUSTÍN HERRERO
Dtro. gral. Cooperativas

"No se puede ignorar al mercado y el efecto será el contrario al que se perseguía"

de 3.339 en toda España, comercializan la producción de más de un millón de agricultores, que suponen el 63% de la Producción Final Agraria.

La división del sector se intensifica ahora. El decreto que entró en vigor en febrero toma fuerza legal con la tramitación parlamentaria del proyecto de ley en el que se adoptan nuevas exigencias para adaptarla a la normativa comunitaria. Los defensores esperan que ahora se dote de los instrumentos para que sea efectiva y los detractores para anular la obligación de que los costes de producción fijen los precios.

El presidente de Asaja, Pedro Barato, reconoce que "en los grandes cultivos los precios no han mejorado" por la modificación de la Ley, en la que ve "buenas intenciones y voluntad política, pero hacen falta muchas pequeñas grandes cosas para que sea efectiva". El "tema mollar", añade, es la "ausencia" de instrumentos para poder referenciar los costes de producción en los contratos. "Podría decir que hay un decreto, como para el SMI, pero no oiga, que haya unos precios de referencia, que las lonjas, las universidades, las consejerías y el propio Ministerio hagan índices a los que uno pueda acogerse".

Otro de los puntos que Barato señala como "negativos" es la falta de confidencialidad para los denunciantes "porque si no lo que va a pasar es que va a haber represalias" y la ausencia de instrumentos para que haya un reequilibrio efectivo de la cadena de valor a corto y medio plazo. "No se profundiza en lo que yo llamo el reparto equitativo de los beneficios que se generan a lo largo de la cadena, por ejemplo, en establecer un tercio del beneficio para el que lo manipula y uno para el que lo vende. Hace falta transparencia en todos los eslabones".

Barato ve como positivo de la modificación que "hay un reconocimiento de la situación de bajada de rentabilidad del campo, se aumentan las prácticas desleales avanzando en un desarrollo incluso más ambicioso que la directiva comunitaria y hay más atribuciones para la AICA".

> **"Intentar que los precios estén siempre por encima de los costes de producción no es posible"**

Desde una posición radicalmente distinta, el director de Cooperativas Agro-alimentarias, Agustín Herrero, afirma que "desde febrero hasta aquí no creo que nadie pueda decir que la Ley de la Cadena haya influido en los precios porque éstos se configuran por el equilibrio de la oferta y la demanda, además de fac-

tores como la calidad, la característica de los productos, etc, pero no por los costes de producción, aunque no nos guste".

Para Cooperativas, la Ley no es el instrumento para intentar mejorar los precios a los agricultores. "Lo que debe hacer es identificar prácticas abusivas y erradicarlas. No se puede ignorar la evolución de los mercados y tratar de convertir en sancionable lo que es una operativa normal", afirma Herrero.

En este sentido, explica que "tratar de establecer que el precio siempre y en toda circunstancia tiene que ser superior a los costes de producción es un objetivo que no es posible, pero no porque nadie se empeñe en realizar prácticas abusivas. El ejemplo del aceite de oliva es muy evidente. Durante parte de 2018, 2019 y 2020 el precio de mercado ha estado por debajo del coste de producción de muchísimos aceites. ¿Qué hacemos, penalizar aquellos que tienen más costes, lo convertimos en una venta ilegal que podría ser penalizada o no los sacamos del mercado? El efecto es el contrario al que se perseguía".

Con las bodegas llenas de stock, el precio de la uva ha bajado. EFE

Los productores de pepino arrojaron producto hace unas semanas en protesta por los bajos precios. Europa Press

Lo que si está claro es que la modificación legal ha generado son "debates injustos, inconvenientes, e inadecuados que han generado tensión en el sector" en referencia a las duras críticas que desde algunas Opas se ha lanzado contra las cooperativas. "Nosotros percibimos la ley como una amenaza. El hecho de que porque te veas obligado a vender un producto perecedero que o lo comercializas o pierde su valor sea objeto de una posible sanción nos produce preocupación que añade un problema a la problemática del sector".

Herrero destaca que "compartimos el objetivo que movió este cambio legal y nos gustaría que encontráramos algún mecanismo para mejorar los pre-

El incumplimiento de la ley supondrá sanciones. Jose F. Ferrer

cios. Pero pensamos que eso se consigue ordenando el mercado, integrando la oferta, de tal forma que el sector productor tenga más fuerza en el mercado y disponiendo de mecanismo de gestión de la oferta, que cada vez son más escasos. Cuando hay un problema en un sector el Ministerio es el primero que acude a ver si puede habilitar un mecanismo de gestión: una retirada, una destilación, un almacenamiento, etc.".

La oposición a la fijación de precios es especialmente beligerante en la Comunidad andaluza, donde el cooperativismo tiene su mayor implantación. Desde esta Federación se plantean ejercer medidas legales para tumbar la ley.

> "La cadena sigue teniendo los mismos vicios y en muchos sectores no se contractualiza"

El secretario general de COAG, Miguel Blanco, es taxativo al afirmar que los precios en origen no han subido desde la entrada en vigor de la modificación, sino que la tendencia anual ha sido "ligeramente a la baja".

En su opinión, el Real Decreto 5/2020, "que valoramos como muy positivo", no se ha notado a favor del productor y "la cadena sigue teniendo los mismos vicios. Sabemos que el cambio no puede producirse de la noche a la mañana, pero la ley 12/2013 lleva siete años en vigor y buena parte de los sectores no contractualizan. Es lo más básico de la Ley".

Blanco atribuye la falta de resultados del "gran logro de las movilizaciones que llevamos a cabo a principios de año" a la resistencia de aquellos eslabones de la cadena que tienen una posición privilegiada, de dominio, y que quieren seguir ejerciendo ese abuso. "Cuando hablamos del equilibrio de la cadena hablamos de un reparto más equilibrado del valor que se genera en los distintos eslabones, lo demás es pura teoría, es verbalizar cuestiones que no se llevan a la práctica porque no interesa a quien tiene la sartén por el mango, fundamentalmente la gran distribución, pero también por algunas industrias que se ven apretadas y transmiten esa presión a la baja sobre el eslabón más débil".

El dirigente agrario reconoce, no obstante "que algo más tenía que hacer el Ministerio y las administraciones territoriales, que tienen también competencia en cuestiones de calidad, transparencia, etiquetado o venta a pérdidas. Está muy bien que se obligue de manera clara y expresa a que el precio en un contrato esté por encima de los costes de producción y que se penalice la pérdida de valor en la cadena, pero tiene que llevarse a la práctica actuando

Las cooperativas aceiteras se oponen a la medida del Ministerio. EFE

con mucha contundencia por parte de la Agencia de Información y Control Alimentario, que ha hecho una buena labor, pero a la que tienen en cierta medida con las manos atadas y tiene que tener más dotación". Además, considera que el Ministerio tenía que tener mucho más armados los estudios de índices sobre los costes de producción de todos los sectores "y luego ser firmes al aplicar la ley".

Blanco reconoce que "hay muchas presiones" en la negociación parlamentaria de la Ley "para debilitarla y dar un paso atrás, aunque las organizaciones agrarias en unidad de acción estamos hablando con los distintos grupos políticos para consolidarla".

A pesar de que hay aspectos nuevos positivos, como que vaya a afectar a las importaciones, la ampliación de los contratos a prácticamente todos los operadores, la definición de nuevas prácticas desleales

y nuevas infracciones o reconocer a la AICA como autoridad de control y coordinación, faltan otros muchos "que no se quieren incorporar por parte del Ministerio" como es la inclusión del canal Horeca, consolidar el concepto de productos perecederos o el registro electrónico de contratos. "Van cuestiones muy interesantes, pero quedan muchas que nos tememos que no van a entrar".

Sobre la posición de las cooperativas, Blanco recuerda que las manifestaciones masivas de enero y febrero contaron con su respaldo y "se pedía lo que estamos planteando como organizaciones".

"Entendemos que tenga su complejidad en el cumplimiento, sobre todo si no dan los pasos los que los tienen que darlos para que se cumpla la ley, que es la Administración. Nosotros entendemos la preocupación de las cooperativas, porque es verdad que el papel lo aguanta todo, pero luego la realidad es mucho más compleja, pero creemos que estamos en lo cierto. Hay que ir dando pasos y crear una nueva cultura contractual entre los productores, los industriales y la distribución".

Más beligerante con las cooperativas es el secretario general de UPA, Lorenzo Ramos. "La inmensa mayoría están funcionando perfectamente, lo que pasa es que hay algunas muy fuertes que son más comercializadoras que cooperativas. Se están confundiendo y me gustaría que se lo replantearan".

Para el responsable agrario "no puede ser que a un gerente de la cooperativa lo único que le preocupe es que le salgan las cuentas para que cobren los trabajadores, para que la empresa tenga una dimensión y luego a los socios, que son los propietarios, no les salgan las cuentas. Esa visión hay que cambiarla".

Ramos también reconoce que los precios no han mejorado prácticamente en ningún cultivo. "Tenemos la ley, que es un paso importante y esperamos que con las modificaciones que vienen sea efectiva. Quienes ponen la excusa de que no pueden ser competitivos con otros que vienen de fuera son en realidad gente de la cadena que quiere seguir haciendo trampas. ¿Qué ocurre que solo pueden ser competitivos a costa del agricultor?".

El dirigente agrario añade que "nosotros tenemos que cumplir con todo el tema de riesgos laborales, el SMI o los de condicionalidad que nos impone la PAC porque si no nos sancionan o nos quitan las ayudas y vamos a decir que la ley de la cadena se cumpla al 100%".

Su organización va a pedir que haya un registro de control de los contratos para que de todas las operaciones tengan una copia el vendedor, el comprador y la administración, que haya mediadores para que nadie imponga una posición de dominio y se obligue a los ganaderos y agricultores a firmar un contrato bajo la amenaza de no recogerles el producto.

Además, aboga por reforzar los controles por parte de la AICA, que este año por el tema de movilidad se pueden haber visto reducidos. "Pero esperamos que las Comunidades se impliquen porque basta ya de echarle siempre la culpa a otros cuando la competencia es suya".

Caídas de precio de hasta el 22%, según reconoce el Ministerio

El avance de la Renta Agraria de 2020 publicado por el Ministerio de Agricultura refleja caídas de precio en 13 de las 18 produccionaes analizadas, especialmente intensas en patata (-22%), vino (-8%) y aceite de oliva (-11,4).

Según el MAPA, la Renta Agraria creció en términos corrientes un 4,3% hasta los 29.093 millones impulsada por el crecimiento de producción tanto de la rama vegetal (1,2%) como de la animal (3%). Unión de Uniones los cuestiona: "Chirría que los datos señalen, por ejemplo, un aumento del 2,2% del valor de la producción de plantas y flores, cuando todos los eventos y festejos se han suspendido a causa de la pandemia".

Las movilizaciones de principio de año impulsaron la reforma de la Ley de la Cadena. REUTERS

Santander Agro

Contigo, también en el campo de la digitalización.

En el Santander llevamos **más de 30 años ayudando a los agricultores y ganaderos** de este país en todo lo que necesiten.
Y ahora, lo seguimos haciendo a través de la digitalización y las nuevas tecnologías, poniendo a tu disposición productos y servicios que ayudan a modernizar las explotaciones agrícolas y ganaderas para mejorar su producción de manera cómoda, rápida y sencilla.

Infórmate sobre todas las soluciones que Santander Agro puede ofrecerte.

Entra en bancosantander.es,
o acércate a cualquiera de nuestras oficinas.

Digilosofía. La filosofía digital del Santander.

Boris Johnson y Ursula von der Leyen en su último encuentro para salvar las negociaciones del 'Brexit'. Efe

'Brexit': un mercado de 4.000 millones en el aire hasta el último minuto

El sector agroalimentario contiene la respiración ante la incertidumbre sobre el 'Brexit' aunque ya ha tenido que sortear algunos problemas como los intentos de cambiar las condiciones de los contratos por parte de los importadores y dificultades en la contratación de seguros de caución.

Eva Sereno

Nerviosismo, preocupación e inquietud. Son las tres palabras que más se oyen en el sector agroalimentario al hablar de *Brexit*. Y no es para menos porque el Reino Unido es un mercado que en alimentación depende en un 70% del abastecimiento de la UE y es un destino clave para España con un volumen anual de alrededor de 4.000 millones de euros: para las cooperativas agroalimentarias supone el 11% del comercio, porcentaje que se eleva hasta el 12% en el sector de las frutas y hortalizas, 18% en el vino y 22% en el arroz, aparte de ser fundamental para el aceite de oliva.

Es una relación comercial que el próximo año se tendrá que realizar bajo un nuevo marco porque Reino Unido dejará de tener la obligación de aplicar la normativa europea. Las condiciones para exportar dependerán de que haya o no un acuerdo entre el Gobier-

Las colas para introducir mercancías en el Reino Unido se multiplican día a día. Reuters

no británico y la Unión Europea. Y esto hace que desde el sector agroalimentario se esté muy pendiente y se confíe en un acuerdo en el último minuto que no perjudique las exportaciones o que se establezcan términos similares a los fijados en las relaciones con Suiza y Noruega, tal y como se demanda desde el sector de frutas y hortalizas de COAG.

"Todas las empresas viven con preocupación la llegada del 1 de enero porque no hay ningún acuerdo comercial una vez termine este acuerdo transitorio. Es un mercado de mucho valor y de los más importantes. Buscar alternativas es irreal. Bien es cierto que es un mercado que va a estar ahí y que a Reino Unido le va a ser muy difícil a corto plazo encontrar alternativas", explica Gabriel Trenzado, responsable de Internacional en Cooperativas Agroalimentarias.

Sin embargo, esta situación tampoco resta zozobra al sector. "Si no hay acuerdo, habrá unos puentes que puede que se rompan de cara a la continuidad en las relaciones comerciales. Esto va a traer impacto económico y en la actividad en Europa, y también de abastecimiento inmediato en el Reino Unido. Y esto puede llevar al Gobierno británico a tomar medidas a la desesperada, que no creo que vayan en la línea de mantener el flujo comunitario, sino en la línea de terceros países. La situación de incertidumbre es grande", añade Gabriel Trenzado.

Y, ante tanto interrogante sobre el nuevo marco de relaciones comerciales, los planes de contingencia no son una solución válida para todos. "Desde las instituciones europeas y españolas se lleva insistiendo en que las compañías tengan planes de contingencia, pero hay tantas incertidumbres que hay empresas que no tienen tanto músculo en tiempo y financiero para realizar el plan y sustituir un mercado tan importante. Ya salir fuera de España es difícil para empresas del sector primario. Aunque puedan preparar un plan de contingencia, el golpe que se viene con el *Brexit* es de tal dimensión, que es muy difícil neutralizar o parar el impacto", que se teme "grande" sobre todo si no hay acuerdo porque "los mercados alternativos no existen y, cuando existen, hay que trabajarlos a medio y largo plazo. No es desde luego cambiar un contenedor de sitio", añade.

15% **Las exportaciones de aceite de oliva han aumentado un 15% para hacer acopio**

De momento, el sector agroalimentario sigue operando con normalidad en Reino Unido -mercado que no se prevé ni se quiere abandonar-, con un aumento de las exportaciones en lo que va de año, a pesar del Covid-19 y la caída o ralentización a nivel global de las ventas al exterior. Un incremento que se está intensificando en diciembre para evitar el desabasteci-

miento ante los posibles problemas que puedan surgir en el primer trimestre de 2021. En el sector del aceite de oliva, "llevamos ya meses haciendo acopio sobre adelantos de envíos –aumento de entre el 10% y el 15%- en previsión de los posibles retrasos logísticos porque esperamos que, al principio, haya un bloqueo en las aduanas. Ante ese posible retraso, se ha decidido adelantar los envíos para los próximos meses", indica Rafael Pico, director general de ASOLIVA. En otros productos también se observa un aumento de exportaciones como en el vino, en el que ha habido un ligero efecto acopio y un incremento de alrededor del 5%, o en los productos cárnicos de porcino con subidas en las ventas de enero a septiembre del 52% en paletas y jamones y del 5% en embutidos curados y cocidos.

El problema logístico y la operativa de las aduanas preocupan al sector, que está pendiente de si se abren nuevas rutas marítimas alternativas o qué sucede con el Eurotúnel, entre otras inquietudes. "Dudamos que Reino Unido tenga los medios suficientes de personal para acometer todo el control físico de las mercancías. Se podría producir cierto retraso en el despacho de mercancías y esto, quizá, podría derivar en un aumento del precio allí", señala Daniel de Miguel, director de Internacional de Interporc. Una demora

> **En frutas y hortalizas se teme que el Reino Unido intensifique relaciones con países terceros**

que podría producirse a pesar del período transitorio hasta el 1 de abril de 2021 para exigir el certificado sanitario de productos cárnicos y de origen animal.

"Seguro que habrá retrasos y problemas logísticos", incide José Luís Benítez, de la Federación Española de Vino (FEV), que en gran parte estarán relacionados con la desconexión de los sistemas informáticos de la UE por parte de Reino Unido. Son sistemas específicos para el movimiento de mercancías sujetas a impuestos especiales como el vino. Por muy bien que funcione todo y los ingleses tengan desarrollado su sistema, es posible que haya problemas".

Aranceles y aumento de costes

Junto a la logística y las aduanas, también se temen posibles aumentos de costes. En el sector del porcino, inquieta especialmente. "Si no hay acuerdo, habrá un arancel. Esto nos preocupa porque en el caso de la carne de cerdo, según la pieza, es de entre 53 euros y 86 euros por cada 100 kilos, es decir, entre 50 céntimos y un euro por kilo. Es una cantidad importante. Además, en embutidos y de jamón curado, el arancel es de alrededor de 1,5 euros por kilo. Todo esto se puede traducir quizá en que el producto pueda ser un poco más caro en los lineales.

El vino ha conseguido una prórroga del certificado sanitario. Bloomberg

Ya veremos cómo se comporta el consumidor", afirman desde Interporc.

En el vino también se teme por un posible aumento de costes, a pesar de que se ha conseguido una moratoria hasta septiembre de 2022 para mantener el etiquetado y una prórroga en el certificado sanitario hasta el 30 de junio de 2021, que "era quizá el trastorno inmediato más grave que nos temíamos ante la necesidad de acompañar los envíos con este certificado, que era un tema costoso porque algunos cuestan entre 300 y 400 euros", aseguran desde la FEV.

El establecimiento de aranceles puede hacer que los productos agroalimentarios españoles sean menos

En el porcino se teme un posible arancel de hasta un euro por kilo si no hay acuerdo. iStock

competitivos. En el sector del aceite de oliva inquieta la posibilidad de que se apliquen los mismos aranceles a todos los países productores como Marruecos, Turquía, Siria o Túnez, que tienen costes de producción inferiores. Esto puede implicar que, "si no en un tiempo corto, pero sí a futuro, lo vamos a pasar mal porque va a haber un aceite a un precio más barato" en el Reino Unido, que importa unas 80.000 toneladas, aseguran desde ASOLIVA, desde donde matizan que "de la noche a la mañana, no va a cambiar, pero para nosotros va a ser un hándicap importante que todos tengan los mismos aranceles. Si esto no se modifica y no se llega a un acuerdo, el futuro va a ser perjudicial para nosotros en principio".

La competencia de los productos cárnicos de porcino también se mira con recelo en este sector, que tiene una buena posición en el mercado británico en el que apuesta por poner aún más en valor la calidad y el saber hacer español. Daniel de Miguel aclara que "el consumidor del Reino Unido es uno de los más exigentes de la Unión Europea y está preocupado por el bienestar animal. Hay cadenas de *retail* como Morrisons, que han sido capaces de reconocer la certificación animal que ha desarrollado Interporc (Interporc Animal Welfare Spain). Esto es un buen respaldo y es diferenciación".

Seguros y contratos, en el punto de mira

Y, aunque todavía se exporta bajo la normativa europea, ya se han detectado algunos problemas. Por ejemplo, en el vino. "Nos preocupan las presiones de importadores ingleses, sobre todo a las bodegas pequeñas, porque algunos pretenden la renegociación de los términos de exportación, los incoterms. Algunos han tratado de aprovecharse de este tema", explica José Luis Benítez, quien añade que desde el sector se ha trabajado en coordinación con la Asociación Británica de Importadores de Vinos y Espirituosos para aclarar que no hay por qué modificar las condiciones que se venían aplicando hasta ahora.

Dificultades también con las compañías de seguros en frutas y hortalizas, que habitualmente se venden asegurados. Andrés Góngora, de COAG, apunta que han detectado dificultades en los seguros de caución (aseguran que el cliente te va a pagar o hasta una cantidad). "Es verdad que hay compañías de seguros que están revisando la solvencia del cliente. Esto siempre es complejo porque, si la bajan, tienes que trabajar con el cliente de manera diferente. Con Reino Unido, está empezando a ver a algún problema en esta línea".

Los problemas con estas compañías no quedan ahí. En los seguros de cambio -se garantiza el cambio de moneda en un determinado período de tiempo-, "se están echando atrás. Exportar sin seguro es difícil y más de una empresa que se ha arruinado o caído por lanzarse a vender sin él". Un seguro que se hace necesario para evitar perjuicios ante la devaluación que se ha producido en los últimos días de la libra esterlina y ante el cobro de la mercancía exportada en un período de entre 30 y 60 días.

IGNACIO ELOLA ZARAGÜETA

Presidente de la Interprofesional Láctea (Inlac)

"Cuando ganaderos e industria trabajamos unidos al sector lácteo le va mejor"

Ignacio Elola Zaragüeta, consejero delegado de Grupo Lactalis en España, preside desde noviembre la Interprofesional Láctea Inlac, desde donde emplaza a productores e industria "a buscar lo que nos une" para afrontar retos como el de "trasladar al consumidor las bondades de los lácteos para aportar valor a toda la cadena"

Por Rafael Daniel. Fotos: eE

¿Cómo ha respondido el sector lácteo durante esta crisis?

Ha dado una lección de compromiso. Entendimos que era fundamental garantizar el abastecimiento y en ese objetivo han trabajado todos los agentes del sector, acudiendo a las granjas, a las fábricas o trabajando desde casa con un gran espíritu de responsabilidad. Ha sido un año complejo porque tras unas primeras semanas en las que las compras fueron masivas, se fueron moderando. Aunque este mayor volumen ha permitido compensar de alguna manera los impactos negativos: caída en la restauración o el descenso de las exportaciones en productos de valor añadido como los quesos, que han vivido meses muy complicados.

¿Cómo les está afectando esta segunda ola de cierres de la hostelería?

Lo estamos notando. Sobre todo han provocado una complejidad enorme en la cadena de suministro y, como en muchos otros temas, debemos ir trabajando hacia una unidad de mercado en España que nos permita gestionar de una manera más eficiente. El hecho de aplicar medidas distintas, horarios distintos en cada Comunidad ha provocado complejidad en la cadena logística

Más allá de esta crisis. ¿Qué valoración hace sobre la evolución de las ventas de productos lácteos en los últimos años?
Aquí de nuevo hay distintas valoraciones a realizar. El sector lácteo ha sufrido durante años un significativo descenso del consumo, más marcado en la leche líquida y en menor medida en los yogures y postres lácteos. Eso es un hecho objetivo y marca la agenda de Inlac, por lo que una de sus prioridades es poner en valor los aspectos nutricionales de los productos lácteos para frenar este descenso. Además, en el caso de los quesos tenemos mucho camino por recorrer, porque el consumo per cápita es de 9 kilos, muy pequeño si nos comparamos con Grecia, con 25 kilos o Francia, 23,7. Eso nos abre una enorme posibilidad de incrementar con campañas como Quesea, que busca incrementar el consumo de quesos fabricados en España. Una de las cosas que nos preocupa, en la que debemos seguir trabajando, es la cuestión de las importaciones de quesos de bajo valor, un hecho que no es puntual. Cada año entran en nuestro país unas 200.000 toneladas de quesos de bajo valor, como barras, rayados, que son excedentes de producción del norte de Europa. Hay batallas que hemos ganado pero hay otras que tenemos que pelear y ésta es un de ellas.

Uno de los frentes del sector ha sido que las bebidas vegetales no se pudiesen vender como leche. ¿Han hecho mucho daño?
Todo el consumo que sustituye al lácteo evidentemente acaba dañando. Tenemos que ser capaces de hacer esa tarea didáctica sobre las bondades de la inclusión de los lácteos en una dieta equilibrada y saludable, que contemple también la actividad física. Hay que hacer mucho hincapié en la ingesta de tres lácteos al día, que es algo que aparece en todas las guías de alimentación establecidas por todas los organismos nacionales e internacionales, independientes y perfectamente validados.

Desde marzo, es obligatorio que se cubran los costes de producción en los productos agrarios. ¿Cómo ha afectado a las relaciones entre los eslabones de la cadena?
Lo importante es que trabajemos en encontrar el buen equilibro de la cadena y trabajar para que el consumidor perciba el valor añadido del producto lácteo y esté dispuesto a pagar un precio razonable porque entonces seremos capaces de añadir valor a toda la cadena. El trabajo está bien orientado aunque existen todavía algunos elementos que hay que aclarar en un sector que ha trabajado durante los últimos años de forma cohesionada y que ha entendido muy bien, tanto productores como industria, que tenemos que encontrar la fórmula para incorporar valor a nuestro productos. La experiencia nos ha demostrado que si trabajamos unidos nos va mejor.

"La leche es clave en un dieta saludable y vertebra esa España vacía a la que todos tenemos que apoyar"

"Para mí, el cierre de una explotación por cesar la producción es un fracaso y nos tiene que preocupar a todos"

Al director general de Fenil no le constaba que hubiese cierres de granjas por no cubrirse los costes de producción. ¿Comparte ese diagnóstico?
El cierre de explotaciones nunca es una buena noticia si supone el abandono de la actividad, porque nuestro sector vertebra ese concepto de lucha contra la España vacía. Para mí que cierre una explotación porque cese

su actividad es un fracaso y nos debe preocupar. Desde INLAC debemos trabajar en la dignificación del papel del ganadero y en la creación de centros de formación y capacitación de los jóvenes para que se garantice el relevo generacional. Por otro lado, en ocasiones lo que se producen son fusiones de explotaciones en SATS que les permite ganar tamaño, invertir e innovar, y eso es síntoma de buena salud del sector.

Hablaba del relevo generacional. ¿La lucha contra este problema no pasa por mejorar los precios en origen?
La única forma para que la actividad siga siendo atractiva tiene que ver con que toda la cadena de valor sea retribuida de forma adecuada. Tenemos que explicar mejor el valor de los productos lácteos y que al final el consumidor pague algo más porque eso revertirá en toda la cadena. Es la única forma, si no, será muy complicado. Cuando comparas la evolución de un litro de leche en el lineal ves que ha variado muy poco respecto a hace unos años.

"Cada año entran 200.000 toneladas de queso de excedentes del Norte de Europa. Es una batalla que tenemos que pelear"

"Tenemos que trabajar para que el consumidor perciba el valor añadido de los lácteos y pague un precio razonable"

La ganadería puede jugar un papel importante contra la despoblación. ¿Qué impulsos se debe dar desde las Administraciones?
Se están dando pasos muy interesantes. Hace unas semanas asistíamos a la presentación de un plan de la Xunta de Galicia en ese sentido. Cada comunidad tiene realidades distintas y es muy difícil hacer un plan a nivel nacional. Galicia, por ejemplo tiene explotaciones muy pequeñas, con minifundios, requiere medidas para aumentar el tamaño, siempre dentro del respeto a la sostenibilidad y el medio ambiente. Hay mucha capacidad en ese sentido. Todas las administraciones están trabajando en ver cuáles son los problemas y dar soluciones. Lo importante es que se haga un trabajo muy ad hoc en función de las necesidades de cada comunidad. Y ahí tengo que decir que en Inlac me he encontrado es una interprofesional cohesionada y destacar el trabajo de la anterior presidenta, Charo Redondo, de COAG, que ha hecho un excelente trabajo intentando fomentar el diálogo entre nosotros y con las administraciones para tener esa visión común. Creo que tanto productores como fabricantes estamos muy alineados con los retos de consumo, sostenibilidad medioambiental o innovación que tenemos por delante.

¿Cómo afronta el sector las mayores exigencias de sostenibilidad de la PAC y de los consumidores?
Ése es un tema fundamental. La nueva PAC es la más medioambiental que hemos tenido y creo que con acierto y ajustándose a las demandas de la ciudadanía. Es fundamental que trabajemos en ese sentido. Ahí hay un trabajo ya realizado de cada uno de los agentes de la cadena en la reducción de las emisiones de CO2, en el consumo de agua, en la gestión de los purines…Existen multitud de iniciativas que nos están permitiendo afrontar ese reto. Y no sólo por la demanda de los ciudadanos sino por la propia responsabilidad del sector, que está haciendo inversiones en energías renovables, en reducción del desperdicio alimentario, en la circularidad de los envases…

Al sector se le pone también en el punto de mira por el bienestar animal. ¿Qué mejoras se pueden implementar?
El sector trabaja desde hace muchísimos años, quizá de una forma no muy conocida, en el bienestar animal. Lo que estamos haciendo en los últimos años es trabajar en certificados que no es sino recoger y confirmar el trabajo que se está haciendo. Invitaría a todo el mundo a conocer cualquier granja y verán que el trato que reciben los animales es exqui-

sito y el compromiso de todo el sector es claro en favor del bienestar de todos los animales.

Parece que el Gobierno no subirá el IVA a los productos lácteos azucarados ¿supongo que desde Inlac aplauden la medida?
La aplaudimos y hemos trabajado explicando los motivos por los que entendíamos que no era una buena medida, ni una buena solución ni la más efectiva porque hemos demostrado nuestro compromiso en avanzar en reducir el azúcar añadido allá donde teníamos capacidad. Pero creo que lo más importante es decir que la contribución de la leche o de los lácteos en la ingesta diaria de azúcar es muy baja, de solo un 4% según el estudio Anibes, y son ricos en aporte de proteínas, calcio y vitaminas.

¿No sé si el hecho de que hay un conflicto abierto entre productores e industria por la multa de la CNMC puede enrarecer el ambiente en la interprofesional?
Como presidente de Inlac tengo que hablar del conjunto del sector y no de aspectos que tienen que ver con empresas concretas o con situaciones puntuales. Además, es un asunto que está judicializado. Creo que lo importante es hablar de los retos comunes, del trabajo que tenemos por delante. Más allá de las diferencias que existen y siempre existirán en un sector tan complejo como el nuestro, el objetivo es buscar lo que nos une para seguir avanzando juntos.

El sector agroalimentario en general clama contra las denominadas fake news. ¿Cómo está afectando al sector lácteo y cómo se pueden combatir?
Nos preocupa por el impacto que tienen, especialmente porque estamos hablando de aspectos que tienen que ver con la salud y con la toma de decisiones en base a noticias sin ningún tipo de credibilidad. Nosotros estamos combatiéndolas con evidencia científica. En Inlac contamos con un comité científico que nos asesora, que nos provee de los estudios necesarios y en definitiva tratamos, a través de la objetividad y de la evidencia científica, de explicarnos y ser didácticos. Entrar en debates cuerpo a cuerpo no lleva a nada y tenemos que apostar por poner en valor producto lácteo basado en un equilibrio de la dieta y la salud de los ciudadanos y explicar las bondades de un sector que en España factura en torno a los 13.000 millones de euros y da empleo a 30.000 personas. Es un sector que vertebra, que da mucho empleo, y añade valor y nos diferencia.

Cree acertado que la AICA publicite los nombre de quienes incumplan la Ley de la Cadena Alimentaria. ¿No puede hacer un daño reputacional muy grande?
Es un tema que estamos hablando con las administraciones. La Ley de la Cadena tiene aspectos muy positivos pero también hay elementos en los que existen vías de mejora porque el impacto reputacional es luego difícilmente corregible, especialmente ante sanciones leves en una legislación muy compleja.

¿Ve conveniente la incorporación de la Distribución a la Interprofesional?
No. La interprofesional recoge al sector productivo y transformador. Ya existen suficientes mecanismos y ámbitos de relación entre todos los elementos de la cadena para encontrar esos puntos de equilibrio que son necesarios. Está el acuerdo lácteo de 2015, como ejemplo, que sentó a todos y esos son los lugares adecuados para ese tipo de debates. Tuvo un buen impacto pero hay objetivos todavía por cumplir y con los retos que tenemos sería interesante retomar ese tipo de iniciativas.

"La Ley de la Cadena tiene vías de mejora: publicar las sanciones tiene un impacto reputacional dificilmente corregible"

"Hay un montón de iniciativas ya en marcha que nos están permitiendo afrontar el reto de la sostenibilidad"

Grupo AN es la primera cooperativa hortofrutícola española y la mayor exportadora de verduras en fresco.

AN duplica ventas en cinco años y acelera hacia el liderato cooperativo

La compañía navarra, con 160 cooperativas socias y presencia en ocho comunidades autónomas, cierra su último ejercicio con un incremento de un 7% de facturación, consolidando la meteórica trayectoria del último lustro, en el que la cifra de negocios ha pasado de 705 a 1.354 millones de euros

Rafael Daniel Fotos: elEconomista

Grupo AN avanza imparable hasta el primer puesto en el *ranking* de cooperativas de nuestro país. La compañía navarra ha logrado en su último ejercicio 2019-2020 una cifra de negocio de 1.354, 27 millones de euros, frente a los 1.265 millones del precedente, con un aumento del 7%. Si contabilizamos también a las empresas no consolidadas en el balance, la facturación ascendió a 1.457 millones de euros.

Si estas cifras son ya sintomáticas de la fortaleza de uno de los tres gigantes cooperativos españoles que superan los mil millones de cifra de negocio -junto a la andaluza Dcoop y la gallega Coren-, más reveladora es aún la trayectoria de los últimos cinco años conseguida por la compañía cuyo Consejo Rector preside Francisco Arrarás, lustro en el que prácticamente ha doblado su volumen total de facturación.

Para el director general de la compañía, Alfredo Arbeloa, las "claves" de este crecimiento han sido, "por un lado, la incorporación de cooperativas nuevas en estos años, sobre todo en tres regiones en las que ha habido un impulso importante: en Aragón, en Extremadura y en Andalucía, donde destaca la entrada de Unica. En total, el Grupo AN tiene algo más de 160 cooperativas socias en ocho comunidades autónomas".

El directivo destaca además "el incremento de nuestra actividad industrial: en el área avícola, con el centro de procesamiento de Ávila, especializado en pavo; también en la parte de frutas y hortalizas, con el impulso a los productos de cuarta y quinta gama, gracias al trabajo con nuestros socios italianos de La Línea Verde y a la incorporación de Naturvega; y en la parte de Energéticos, que también ha experimentado un impulso importante".

> "Nuestra idea es seguir este año incorporando cooperativas, está en nuestro ADN"

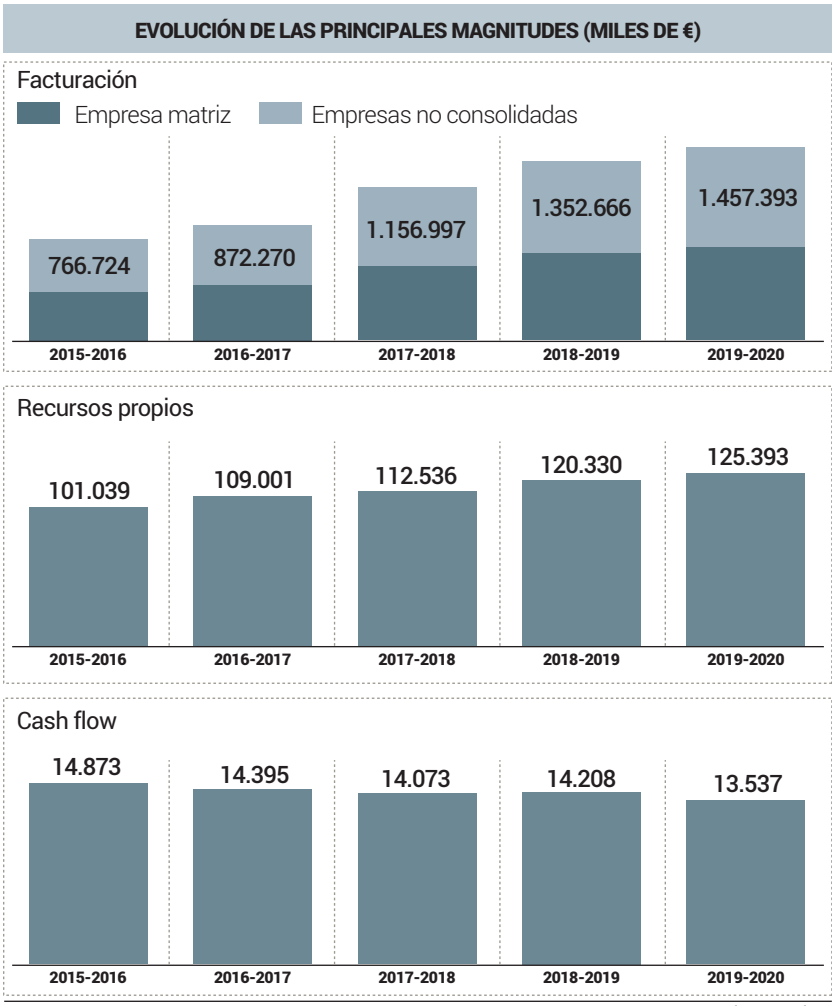
En materia de empleo, Grupo AN, que comercializa la producción de cerca de 42.000 agricultores y ganaderos, también registró un buen año ya que incrementó un 1,8% su plantilla, al pasar de 1.681 a 1.712 trabajadores.

La solidez patrimonial de la empresa queda patente en la capacidad para generar Recursos Propios, que se incrementan un 4,16% y alcanzan los 125,39 millones de euros, frente a los 120,33 del ejercicio anterior. Según la compañía, esto permite "mantener el nivel de inversiones de los últimos años", entre las que destacan la ampliación de la fábrica de Piensos Caceco en Tajonar, un nuevo almacén de cereales, también en la localidad navarra donde tiene su sede central el Grupo AN, otro nuevo almacén de cereales en la localidad soriana de Langa de Duero, y las mejoras en el centro de selección de semillas de Tudela y en el centro de procesamiento avícola de Mélida.

Los beneficios es el único vector que no ha seguido una senda al alza. Aunque el resultado de explotación aumentó de 6,2 a 7,4 millones, el beneficio neto disminuye de los 8,4 a los 7,1 millones. "Se explica porque los resultados financieros el año pasado fueron positivos y este año, negativos. Y, además, el año pasado hubo una aportación de sociedades puestas en equivalencia positiva que este año no hemos tenido", explica Arbeloa.

El grupo cooperativo, declarado Entidad Asociativa Prioritaria y con actividad en Navarra, Andalucía, Aragón, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Extremadura, La Rioja y País Vasco, no parece dispuesto a bajarse del podio cooperativo español y la previsión es seguir ganando músculo. "Nuestra idea es seguir incorporando cooperativas, está en nuestro ADN. Todos los años hay cooperativas que se suman al Grupo AN, convencidas de los beneficios de nuestro modelo, y esperamos que este año siga siendo así. Y, además, continuaremos trabajando también con cooperativas con las que, aunque no sean socias, podemos tener actividad", añade Alfredo Arbeloa.

Grupo AN, el nuevo líder cooperativo



Fuente: Grupo AN. elEconomista

Primera hortofrutícola

Por unidades de negocio, el pasado año el área de Cereales alcanzó un volumen comercializado en torno a los 1,5 millones de toneladas, pese a que la cosecha de 2019 experimentó una reducción a nivel nacional del 25%. La facturación se incrementó un 3% por la entrada de nuevas cooperativas y el aumento de la cosecha de maíz en regadío.

En Frutas y Hortalizas, mantuvo su posición como la primera cooperativa hortofrutícola con 700.000 toneladas, primer exportador de verduras en fresco

El 'gigante' navarro tiene actividad en cereales, frutas y hortalizas, avícola y porcino.

con 320.000 toneladas comercializadas y el mayor proveedor de la industria, con 380.000 toneladas.

El área Avícola aumentó las ventas en todas las líneas: pollo (750.000 por semana, 125.000 de ellos pollos certificados) y pavo (25.000 por semana). La venta de elaborados se incrementó un 21%. La facturación aumentó un 6,46%, hasta los 214 millones de euros.

El área de Porcino vivió un ejercicio récord, interrumpido por la crisis sanitaria. El alto precio del cerdo hasta marzo por la demanda exterior de los países asiáticos, principalmente China, y la estabilización de las cotizaciones del pienso permitió que los márgenes para los ganaderos hayan sido importantes.

La producción de piensos de Caceco se mantuvo en 214.332 toneladas, gracias mayoritariamente a la avicultura, a la que se destina el 89,3%. Hubo también incrementos en Abonos, Fitosanitarios y Semillas, capítulo este último en el que destaca el primer año completo de actividad en el centro de selección de semillas de Villamartín de Campos, Palencia.

En Repuestos, la facturación decreció un 4% y se situó en los 8 millones de euros. La venta de Carburantes aumentó un 8%, alcanzando los 278 millones de litros y destaca la comercialización con operadores de fuera de nuestro país. Por último, desde la cooperativa se medió en cerca de 19.000 pólizas, con incrementos tanto en seguros agrarios como generales.

Alfredo Arbeloa, director general de Grupo AN.

Normalizando la discapacidad

¿Puede la discapacidad ser un factor determinante a la hora de buscar un trabajo? Para los ocho procesos de selección que pasó Eva el año pasado parece que sí. Todos los entrevistadores dedicaron más tiempo en descubrir qué discapacidad tenía que en conocer sus competencias para el puesto. ¿Por qué no centrarse en las capacidades de las personas? Eva aporta ahora todo su entusiasmo en un proyecto que le apasiona; su responsable se interesa por su fibromialgia únicamente para saber cómo puede facilitar que esté más cómoda desarrollando su función.

¡Descubre más anécdotas de la campaña Igual de diferentes!

Eurofirms Fundación

Syngenta invertirá más de 1.640 millones en agricultura sostenible

La multinacional invertirá 2.000 millones de dólares (1.645 millones de euros) hasta 2025 en agricultura sostenible y en poner a disposición de los agricultores dos avances tecnológicos cada año con la reedición de 'The Good Growth Plan', que puso en marcha en 2013 con excelentes resultados.

elEconomista. Fotos: eE

El agricultor dispondrá de nuevas herramientas frente al Cambio Climático.

Syngenta presentó hace unos días los resultados de su plan de compromisos con la agricultura sostenible en España y Portugal: *The Good Growth Plan*, así como los nuevos objetivos con los que la empresa se compromete para 2025.

Pilar Giménez, directora de Asuntos Corporativos en Syngenta España, enmarcó *The Good Growth Plan* en "un contexto claro de apuesta por la sostenibilidad agrícola en toda Europa, plasmado en los últimos diez años en la Política Común Europea y que ha supuesto que la innovación y la tecnología ya no se centren solo en la productividad de las explotaciones agrícolas, sino que busquen la sostenibilidad real a medio y largo plazo. De hecho, en este momento todas las nuevas estrategias europeas como el *Pacto Verde*, *De la granja a la mesa* e incluso la PAC tienen al igual que nosotros la sostenibilidad en su foco central."

En este sentido, Pilar Giménez destacó que Syngenta lleva años adaptándose a esta realidad con la puesta en marcha en 2013 de su plan de compromisos por la sostenibilidad *The Good Growth Plan* que tiene un encaje perfecto en este nuevo marco europeo y que se basa en una apuesta por la innovación y en la introducción de nuevas tecnologías en el campo. Para la responsable de Syngenta, "el Cambio Climático nos obliga a todos a seguir avanzando en esta senda de la sostenibilidad y de la inversión en innovación."

Resultados

Para el director general de Syngenta, Robert Renwick, la crisis del Covid-19 ha puesto sobre la mesa, además, dos realidades claras: "la importancia vital de la agricultura para la economía y para la seguridad alimentaria de un país; y la necesidad de apostar por la ciencia y la innovación para conseguir superar estos difíciles retos. Ésa es precisamente la apuesta de Syngenta con su *The Good Growth Plan* iniciada en 2013 y que se renueva ahora hasta 2025".

Robert Renwick afirmó que se han conseguido prácticamente todos los objetivos planteados a nivel mundial para 2020 y en particular en España y Portugal, donde en la red de explotaciones de referen-

cia de *The Good Growth Plan*, se ha conseguido avanzar en cuatro áreas clave: la productividad, la protección de suelos y el agua; la formación de los agricultores y la biodiversidad.

El director de Syngenta destacó que estos buenos resultados no hubieran sido posibles sin la implicación de todo el sector: desde los agricultores que han apostado por estos proyectos en favor de la sostenibilidad; a los distribuidores que son la pieza clave para conectar con los agricultores y ayudarles a implementar los proyectos; pasando por los técnicos y equipo comercial que sabe transmitir la importancia de estas acciones; hasta llegar a organizaciones agrarias como Asaja, UPA, Cooperativas Españolas: asociaciones como la AEACV (Agricultura de Conservación y Suelos Vivos); universidades como la UPC (Universidad politécnica de Cataluña), Universidad de Córdoba, la Escuela de Ingeniero Agrónomos de Madrid (ETSIA), etc.; o centros de investigación como el CSIC.

El Nuevo Good Growth Plan

Syngenta se compromete en este nuevo plan a invertir 2.000 millones de dólares (unos 1.640 millones de euros) en agricultura sostenible y poner a disposición de los agricultores dos avances tecnológicos cada año. Los nuevos compromisos se dividen en cuatro áreas de actuación: acelerar la innovación para los agricultores y la naturaleza; luchar por una agricultura neutra en carbono; ayudar a las personas a mantenerse seguras y saludables; y establecer alianzas para frenar el impacto del cambio climático.

> "La innovación ya no se centra sólo en la productividad, sino que busca la sostenibilidad real"

Durante la presentación virtual, se mostraron algunas de las iniciativas de referencia en el plan, como el programa *Poliniz-up*, desarrollado junto a la organización UPA para aumentar las poblaciones de polinizadores en los espacios agrícolas. Una iniciativa que ya ha presentado los primeros resultados con la localización en los nuevos hábitats generados de más de 150 especies nuevas de polinizadores, muchos de ellos especies endémicas en la península ibérica.

Entre otras iniciativas destacadas en la presentación, desde Valladolid se mostró uno de los ensayos que se está desarrollando en un olivar intensivo para fomentar la biodiversidad a través de la siembra de cubiertas vegetales y una de las aplicaciones digitales para probar la nueva *app Run off tool*, desarrollada por Syngenta para conocer los

El "Sistema Cerrado de Transferencia" evita el contacto con fitosanitarios.

Giuseppe Natale, CEO de Valagro, con Robert Renwick en la presentación.

Impulso a la biodiversidad en más de 66.000 hectáreas en nuestro país

El plan puesto en marcha por Syngenta en el año 2013 ha conseguido en España y Portugal incremento del 20% en la productividad en cultivos cerealísticos como la cebada, 499.544 hectáreas bajo prácticas de Agricultura de Conservación, 66.638 hectáreas en proyectos de extensión de la biodiversidad y además se han formado a 55.438 agricultores.

La multinacional cuenta con más de 28.000 empleados en 90 países. En España dispone de un centro de producción de fitosanitarios en Pontevedra y otra de producción de semillas en Carmona (Sevilla), además de centros de investigación en El Ejido (Almería) y Torrepacheco (Murcia). En nuestro país la plantilla asciende a medio millar de personas

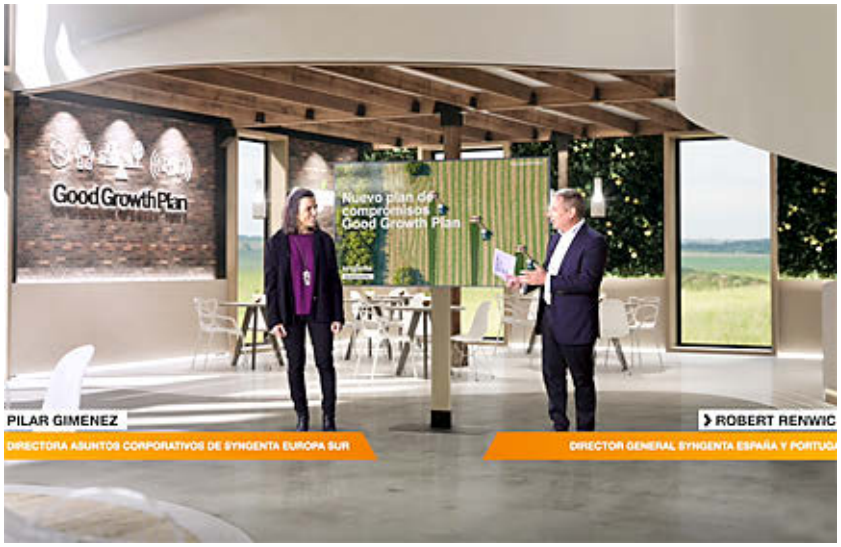
riesgos de escorrentía y evitar la erosión de las parcelas agrícolas.

Giuseppe Natale, CEO de Valagro, la compañía líder en soluciones biológicas recientemente adquirida por el Grupo Syngenta participó en la presentación afirmando que: "El *Good Growth Plan* supone una apuesta clara por la sostenibilidad a través del complemento de una oferta conjunta de agricultura integrada con innovaciones biológicas a nuestros agricultores."

Con esta adquisición la compañía "refuerza la estrategia para dar a los agricultores más productos complementarios y opciones tecnológicas" en un intento de hacer una agricultura "más resiliente y sostenible". Se espera que el mercado de productos biológicos doble su tamaño en los próximos cinco años y Valagro, con 40 años de experiencia, está especializada en ese campo con su oferta de bioestimulantes y especialidades nutricionales para las plantas.

La mejora vegetal con variedades resistentes a enfermedades en cultivos como el pimiento, también forma parte de los compromisos, tal y como comentó el responsable de Semillas Hortícolas en Syngenta España, Luis Martín: "La incorporación de resistencias a nuestras variedades aporta una optimización del uso de insumos y de los recursos, así como una importante reducción del desperdicio alimentario, mermas y pérdidas a lo largo de toda la cadena alimentaria."

Soil Farming o Cultivando el suelo, es otra de las iniciativas que Syngenta pone en marcha en España y que consiste en cultivar una parte de la finca en laboreo convencional y otra en laboreo de conservación con el protocolo Syngenta -sus semillas y recomendaciones de tratamientos, así como el



Pilar Giménez, directora de Asuntos Corporativos en España con Renwick.

fomento de los polinizadores plantando márgenes multifuncionales-.

En el apartado de seguridad en el trabajo, se presentaron una de las novedades tecnológicas que vienen para asegurar el buen uso, seguro y responsable de los fitosanitarios. Se trata del sistema CTS o Sistema Cerrado de Transferencia. Una herramienta diseñada para evitar la exposición y contacto con el producto, además de asegurar el lavado y reciclado adecuado de los envases por completo. En palabras de Robert Renwick: "Syngenta ha demostrado su compromiso con la sostenibilidad desde sus inicios, y así lo demuestran los resultados del *Good Growth Plan* desde 2013. Con las inversiones futuras, la empresa demuestra su apoyo a los agricultores para enfrentar los múltiples desafíos que representa el cambio climático, con un plan de sostenibilidad para el largo plazo."

www.cajamar.es

coorazón

Somos muy de unir corazón y razón.
Pasión y Lógica.

Así somos en Cajamar.
Con esta filosofía cooperativa nuestra
de hacer banca de personas para crecer juntos.

Esta es nuestra respuesta cooperativa de siempre.
Para hacer frente al presente... y al futuro.

#larespuestacooperativa

cajamar
CAJA RURAL

Prácticas agrícolas para prevenir la erosión del suelo

Apostar por una agricultura responsable también implica prestar atención a aquellas medidas que permitan reducir al máximo la erosión del suelo agrícola

elEconomista. Foto: eE

A la hora de incorporar a tu actividad aquellas buenas prácticas agrícolas que pueden contribuir a incrementar tanto la productividad como la protección de tus cultivos, es conveniente tener presente la importancia de desarrollar aquellas actuaciones que favorezcan la sostenibilidad y protección responsable con el medio ambiente de tu explotación.

También es esencial poner en práctica aquellas medidas que influyan positivamente en que esta sostenibilidad se mantenga a medio y largo plazo, sobre todo en base a aquellos factores que pueden influir en la protección del potencial y calidad del suelo agrícola, y muy especialmente en un país como el nuestro, afectado por un creciente riesgo de desertificación a causa de nuestras condiciones climáticas y de los efectos generados por el calentamiento global.

En base a este razonamiento, desde AEPLA queremos mostrar un repaso de aquellas buenas prácticas agrícolas que pueden ayudar a prevenir la erosión y deterioro del suelo:

-Para comenzar, y siempre que sea posible, reduce al mínimo indispensable el laboreo del terreno agrícola, ajustando esta práctica estrictamente a lo que requieran tus cultivos. Ten en cuenta que si evitas el laboreo estarás favoreciendo la oxigenación y drenaje del suelo a partir de la acción de la fauna y especies microscópicas que habitan en él.

-En caso de que sea preciso el desarrollo de dicho laboreo, limita su acción en lo relativo al número de pasadas realizadas y la profundidad aplicada, empleando utensilios de labranza que eviten el volteado de la tierra. Del mismo modo, nunca realices este tipo de actuaciones cuando el suelo agrícola de secano se encuentre encharcado, ni tampoco en aquellos periodos del año en los que su tratamiento pueda incrementar su riesgo de desecación.

-Asimismo, presta una especial precaución en el desarrollo de volteo del suelo agrícola en aquellas zonas en las que el terreno cuente con una pendiente superior al 10%.

-Aun así, la realización de tareas de labranza puede ser aconsejable para aumentar la rugosidad del suelo en aquellas zonas en las que es frecuente la presencia de una alta intensidad del viento. En estos casos, practica esta técnica de forma perpendicular a la dirección habitual de este.

-Continuando con el desarrollo de técnicas propias de la agricultura de conservación, promueve la siembra directa, aprovechando como nutriente de tus cultivos los restos vegetales de la cosecha anterior.

-Para finalizar, aprovecha lo más posible la protección que ofrecen las barreras naturales del entorno, complementándola con elementos como muros o mallas si consideras que pueden ser útiles para reducir la erosión provocada por el viento y otros fenómenos atmosféricos.

La siembra directa permite aprovechar como nutrientes los restos vegetales de la cosecha anterior.

Sabadell

Estar donde estés

Sabadell Agro

Porque su negocio se la merece

Sabadell Agro, la ***app*** **gratuita** pensada para usted y su sector.

¿A qué espera para descargarla?

Consíguelo en el App Store

DISPONIBLE EN Google Play

El valor de las frutas y hortalizas de Almería alcanzó los 2.319 millones

La producción se mantuvo respecto a la campaña anterior, con una ligera reducción del 1,2% y 3,7 millones de toneladas, mientras que la superficie crece un 3,1% y roza las 60.700 hectáreas. Las exportaciones aumentaron en valor un 6,8% y contabilizaron un total de 2.866 millones de euros

elEconomista. Fotos: eE

El pimiento desbanca por segundo año al tomate como principal producto.

Un año más, Cajamar ha presentado el Análisis de la campaña hortofrutícola correspondiente al curso 2019/2020, que elabora su Servicio de Estudios Agroalimentarios, un evento que, en esta ocasión, se ha llevado a cabo de forma telemática debido a la situación excepcional derivada de la crisis sanitaria mediante un evento *online* retransmitido en directo ante un gran número de empresarios, técnicos y profesionales del sector.

El director de Innovación Agroalimentaria de Cajamar, Roberto García Torrente, comenzó destacando que el informe cumple 20 años de vida con su razón de ser intacta, con el objetivo de servir de correa de transmisión de la transferencia de investigación y el conocimiento hacia los agricultores. Además, recordó el entorno económico actual "sin precedentes" a causa del Covid-19, que ha impulsado una mayor preocupación por la salud y la necesidad de comer en casa, lo que ha motivado "un incremento del consumo de frutas y hortalizas en los hogares, continuando la tendencia positiva iniciada el año anterior".

Los efectos de la pandemia

A continuación, Ana Cabrera Sánchez, coordinadora del informe, repasó con detalle los principales resultados obtenidos durante la campaña agrícola 2019/2020 y antes de concluir su intervención advirtió que "la crisis originada por la pandemia tendrá consecuencias sobre el consumo en general, por lo que habrá que esperar para conocer el efecto que provocará en las próximas campañas sobre la demanda de nuestros productos".

Después, la directora general de la Fundación Tecnova, María del Carmen Galera Quiles, se refirió a la evolución de la industria auxiliar en la última campaña.

Las cotizaciones en origen de la campaña 2019/2020 han registrado una evolución favorable en la mayoría de los productos, pues a pesar de que el comienzo se caracterizó por unos precios inferiores a la campaña anterior, el segundo tramo de la campaña, correspondiente al primer semestre de 2020,

Un momento de la presentación del informe de Cajamar.

contabilizó un aumento generalizado debido a la contracción de la oferta de lechuga, melón y sandía, así como por el aumento de la demanda que se produjo durante los meses del confinamiento por el Covid-19.

Así, el Análisis de la campaña hortofrutícola recoge el comportamiento positivo de las cotizaciones del pimiento, el pepino, el calabacín, el melón, la sandía y la lechuga, mientras que han registrado un descenso en el precio medio el tomate, la berenjena y la judía verde.

Más superficie

En cuanto a la superficie, la provincia cuenta con un total de 32.368 hectáreas de invernaderos, lo que supone un 1% más que el año pasado, concentrándose este aumento en el levante almeriense, como viene siendo la tónica en los últimos años. Destaca el aumento medio acumulado de un 1,54% registrado en el periodo de la última década. Así, la superficie dedicada a la producción de frutas y hortalizas en la campaña 2019/2020 ha sido de 60.699 hectáreas, teniendo en cuenta los diferentes ciclos de cultivo, lo que significa un incremento del 3,1% respecto al curso pasado. Por cultivos, sobresale el aumento de los dedicados a berenjena (+10,5%), pimiento (+7,3%), que mantiene la tendencia al alza iniciada hace diez años, así como el liderazgo que le arrebató al tomate en la 2018/2019, y pepino (+4,8%); mientras que desciende en tomate (-9,6%) y judía (-34,5%), que continúa su particular declive año tras año reflejando su comportamiento como un cultivo residual.

El volumen de la producción hortofrutícola se ha mantenido, con un ligero descenso (-1,2%), registrando un total de 3.721.118 toneladas, de las que 3.488.510 toneladas (-1%) corresponden a cultivos bajo plástico; la berenjena y el pimiento anotan los

La superficie creció un 1% en la última campaña.

mejores comportamientos, con alzas del 13% y el 7,7%, respectivamente, mientras que cae la cifra en tomate y sandía (-10,3% en ambos casos), melón (-5,9%) y lechuga (-5%). Por su parte, el valor de la producción ha crecido un 5,2% y ha contabilizado 2.319,5 millones de euros, de los que 2.291,6 millones provienen de la horticultura intensiva; en este caso, la sandía protagoniza la mayor subida de ingresos (+32,3%), seguida del pepino (+15,3%), el melón (+13,2%) y el pimiento (+9,1%), mientras que han mermado su facturación la berenjena (-13,1%) y el tomate (-10,8%).

Con una tasa de exportación del 80% del volumen de la producción, la comercialización de frutas y hortalizas almerienses en el mercado exterior continúa siendo uno de los puntos fuertes del sector. Según el informe del Servicio de Estudios de Cajamar, el volumen de toneladas exportadas ha registrado un incremento del 11,7% en los últimos cinco años. En la campaña 2019/2020, la horticultura almeriense ha enviado 2.723.195 toneladas, cifra muy similar al año anterior (+0,4%); durante toda la campaña se ha exportado más volumen que la media, excepto

El "enorme potencial" de la industria auxiliar

El director de Innovación Agroalimentaria de Cajamar, Roberto García Torrente, apostó por la industria auxiliar y la generación de más valor de las producciones con proyectos de economía circular, como vías para potenciar el crecimiento de un sector hortofrutícola "con cierta estabilización". El directivo destacó el "enorme potencial" para exportar tecnología de la provincia, "que se pone como ejemplo mundial al haber convertido un desierto en un vergel". En su opinión, la tecnología que más se puede adaptar a las demandas mundiales de sostenibilidad es la desarrollada en Almería, provincia que dispone además de "talento acumulado" en materia de semillas ya que las principales compañías desarroladoras están instaladas allí. Este potencial es extensivo a cuestiones como el riego o el control biológico de plagas.

en mayo (-1,7%), sobresaliendo septiembre como el mes con la mejor media de toneladas vendidas al exterior, con un auge del 25,1%.

A pesar del mantenimiento de la cifra de kilos exportada en la campaña 2019/2020, el valor ha crecido un 6,8%, hasta alcanzar los 2.866 millones de euros. Si se tiene en cuenta la media del último lustro, los ingresos procedentes de las exportaciones hortofrutícolas han crecido un 21,3%. El valor exportado ha crecido especialmente en septiembre, noviembre y enero, así como en abril y mayo, coincidiendo con el confinamiento por el Covid-19.

Los cultivos que han registrado mejores comportamientos en el volumen exportado han sido la berenjena (+8,5%) y el pimiento (+6,8%), frente al retroceso anotado por el tomate (-10%); mientras que en valor comercializado al exterior destacan la lechuga (+22,4%), la sandía (+16%), el melón (+12,2%) y el pepino (+11,3%), al contrario de lo ocurrido con el tomate (-5,7%) y la berenjena (-4,7%).

Suben los costes salariales por el SMI

De otra parte, el conjunto de la campaña refleja una contención de costes para la mayoría de las partidas de gastos corrientes, en comparación con el año anterior; si bien el coste medio de explotación ha aumentado un 3,1% debido, principalmente, a la mano de obra. En 2019, la entrada en vigor del Salario Mínimo Interprofesional provocó un incremento considerable en la estructura de costes, que ha terminado de consolidarse durante la campaña 2019/2020, con un aumento del 9,3%. La previsión que maneja el informe es que el año en curso, el correspondiente a 2020/2021, los gastos de mano de obra tiendan a estabilizarse. Por el contrario, hay importantes partidas que han reducido su gasto, tales como la energía (-12%), el control biológico (-8,2%), los fertilizantes (-7,2%), los costes financieros (-3,7%), así como los fitosanitarios y el plástico, ambos con un descenso del 2,5%.

Producción de cultivos en Almería

En toneladas

	CAMPAÑA 2018/2019	CAMPAÑA 2019/2020	VARIACIÓN (%)
Berenjena	190.614	215.394	13,0
Calabacín	459.420	482.391	5,0
Judías verdes	4.347	3.452	-20,6
Melón	121.344	114.209	-5,9
Pepino	527.352	537.899	2,0
Pimiento	785.043	845.727	7,7
Sandía	548.677	492.109	-10,3
Tomate	888.389	97.329	-10,3
Total invernado	3.525.187	3.488.510	-1,0
Lechuga	194.675	184.941	-5,0
Total intensivo	3.719.862	3.673.451	-1,2
Otras hortícolas	44.873	47.667	6,2
Total	3.764.735	3.721.118	-1,2

Fuente: Cajamar. elEconomista

La horticultura almeriense camina de la mano de su industria auxiliar, un aliado estratégico para el sector agroalimentario que continúa mostrando su pujanza año tras año. El informe recoge, a raíz de los datos aportados por la Fundación Tecnova, la evolución que ha experimentado en los últimos dos años, entre 2017 y 2019, en los que la facturación ha crecido un 2,5% hasta situarse en 1.274,5 millones de euros. En paralelo, el empleo generado ha aumentado un 1,8%, hasta las 5.477 personas contratadas en esta industria.

Por subsectores, se observa una evolución desigual. La biotecnología es el que ha experimentado un mejor comportamiento, con unas ventas de 378 millones de euros en 2019, un 7,3% más comparado con 2018, seguida de los envases y embalajes, que han contabilizado 190 millones de euros (+5,7%) y la maquinaria agrícola y la producción integrada, que ha anotado 31,4 millones de euros y un alza de alrededor del 14%. Por el contrario, el subsector de riego y clima, ha aminorado sus ventas un 19% y ha registrado 68 millones de euros.

Por otro lado, se mantiene la tendencia creciente de la internacionalización de las empresas de la industria auxiliar, pues sus exportaciones han aportado un tercio a la facturación total.

TECNOLOGÍA MICHELIN ULTRAFLEX MENOR COMPACTACIÓN PARA MAYOR PRODUCCIÓN

+4%

Harper Adams University

ESTUDIOS DE LA UNIVERSIDAD HARPER ADAMS DEMUESTRAN QUE LA UTILIZACIÓN DE NEUMÁTICOS CON TECNOLOGÍA MICHELIN ULTRAFLEX APORTAN HASTA UN **4% ADICIONAL DE RENDIMIENTO** AGRONÓMICO GRACIAS A SU MENOR PRESIÓN Y COMPACTACIÓN DEL SUELO.

Más información en la web agricola.michelin.es

MICHELIN

Francisco Góngora
Presidente de HORTIESPAÑA

De Almería al mundo

España es el país de Europa con mayor número de invernaderos solares. En sus 35.000 hectáreas de invernaderos, localizadas en Almería y la costa de Granada, se cultivan cada año 4,5 millones de toneladas de frutas y hortalizas frescas que abastecen al 50% del mercado interno y al 50% de los mercados europeos, llegando a superar el 60% durante los meses de invierno, cuando la producción continental no es viable debido a las bajas temperaturas.

Las óptimas condiciones climatológicas que se dan en estas zonas, unidas a un sistema de producción moderno, sostenible e innovador, han convertido a este sector en el paradigma de la agricultura mundial. Un reconocimiento que no es solo una opinión personal. En el año 2017, la ONU designó al modelo productivo de los invernaderos solares del sudeste español como el mejor ejemplo de sostenibilidad para dar de comer al mundo, en un contexto marcado por un imparable incremento poblacional, una disminución de la superficie cultivable y unas condiciones climáticas cada vez más desfavorables para la agricultura.

Resulta paradójico que en un entorno en el que el 24% del territorio es árido (Almería cuenta con el clima más desértico de Europa y con más de 3.000 horas de sol al año), se haya conseguido levantar el mayor vergel de Europa. Y todo esto se ha hecho en tiempo récord. En tan solo tres décadas, Almería ha pasado de tener una agricultura de subsistencia a ser el sistema más avanzado y productivo del mundo. No en vano, Almería es conocida como el "Silicon Valley" de la agricultura sostenible y nadie duda de su liderazgo como potencia agrícola mundial. Pero todo liderazgo conlleva una responsabilidad y los productores, conscientes de lo que se juegan, llevan asumiéndola desde hace años. Por eso, estos cultivos se guían por los máximos estándares de calidad, sostenibilidad, seguridad y respeto a las personas y al medio ambiente.

De hecho, los consumidores, cada vez más exigentes y concienciados con una alimentación sostenible, sana y respetuosa, han motivado que la amplia mayoría de productores de cultivos de invernaderos solares cumplan con unos estrictos sistemas de certificación, lo que garantiza la trazabilidad y calidad de los alimentos en todas las etapas de la producción, la sostenibilidad de la activi-

dad y el trabajo en toda la cadena de valor. Todo ello, unido a un sistema altamente modernizado, sostenible e innovador, ha convertido a este sector en uno de los puntales de la agricultura mundial con una clara capacidad exportadora. Gracias a la producción de los invernaderos solares, 500 millones de personas pueden acceder a frutas y hortalizas durante todo el año. Sin ir más lejos, durante la crisis del Covid-19, el sistema productivo bajo abrigo no ha parado ni un segundo y ha demostrado su eficacia y seguridad para seguir surtiendo a todos los mercados de productos sanos y saludables, incluso, en las circunstancias más adversas.

Los productos hortofrutícolas de los invernaderos solares no solo son sanos para las personas, sino también sostenibles para el medio ambiente. Diversos estudios científicos avalan su contribución para frenar el calentamiento global, además se optimizan al máximo los recursos hídricos -un bien muy preciado en una zona tan seca como ésta-, se recicla el 95% del plástico utilizado, se ha relegado a la mínima expresión el uso de productos plaguicidas gracias a la utilización de insectos beneficiosos para combatir las plagas y la utilización de combustibles fósiles es apenas imperceptible, ya que el 96% de la energía empleada procede únicamente del sol. Un recurso natural e ilimitado que en la costa oriental de España se recibe de forma constante durante todo el año.

Hay que desterrar las percepciones erróneas en torno a la agricultura que se practica en los invernaderos solares

Pero la contribución de los invernaderos no es solo sostenible desde un punto de vista medioambiental, también lo es desde un punto de vista laboral. La mayoría de las explotaciones agrícolas son de carácter familiar, unas 14.500 familias viven de este sector que da trabajo en total a unas 110.000 personas y a 45.000 de forma directa. De estos últimos un 60% son trabajadores inmigrantes de más de 100 nacionalidades que reciben un salario similar o superior, para este mismo sector, a los del resto de Europa. Hay quienes estarán descubriendo en este artículo una realidad tan necesaria como desconocida -e injustamente maltratada-. Por eso, para aportar un poco de luz en la nebulosa de los intereses comerciales, los productores europeos agrupados en las organizaciones APROA (Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de Andalucía) HORTIESPAÑA (Organización Interprofesional Española de Frutas y Hortalizas) y EUCOFEL (Asociación Europea de Frutas y Hortalizas), junto a la Unión Europea, hemos puesto en marcha la campaña CuteSolar: cultivando el sabor de Europa en invernaderos solares, cuyo objetivo es informar y promocionar los cultivos bajo abrigo.

A través de este programa se quiere poner en valor la calidad, variedad y frescura de las frutas y hortalizas cultivadas en los invernaderos solares, desterrar las percepciones erróneas que existen en la sociedad en torno a la agricultura que se practica en los invernaderos solares y aumentar el conocimiento de los beneficios que representan para la salud el consumo de frutas y hortalizas, uno de los pilares fundamentales de la Dieta Mediterránea. Porque no basta con hacer las cosas bien, también hay que hacerlas saber.

iStock

Setas y olivos que se retroalimentan para mejorar y cuidar el suelo

La bióloga María Rosas Alcántara recibe el reconocimiento del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) por Setacor, un innovador proyecto de economía circular que fusiona el olivar con el cultivo de setas y que se asienta, como segundo gran pilar, en la transferencia de conocimiento.

elEconomista. Fotos: eE

La bióloga María Rosas Alcántara, fundadora de Setacor.

Seta de coral rosa, melena de león, seta limón, enoki, etc. Aunque sus nombres resulten poco comunes, se trata de especies micológicas exóticas, llamativas en presencia, sabrosas en boca y, en algunos casos, hasta beneficiosas para la salud. Éstas y otras -hasta un total de nueve en estos momentos-, son las que cultiva bajo certificación ecológica, en Villafranca de Córdoba, María Rosas Alcántara, toda una corredora de fondo en emprendimiento e innovación volcados en Setacor, el proyecto empresarial que puso en marcha hace 18 años, que ha convertido en el perfecto ejemplo de economía circular y gestión sostenible en la agricultura, y que acaba de valerla el Primer Premio Excelencia a la Innovación de la Actividad Agrícola otorgado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación a mujeres del ámbito rural. De la empresa de esta bióloga de 44 años salen en la actualidad unas 45 bandejas diarias de esas setas ordenadas, cual bodegones pictóricos comestibles, en perfecta armonía por color, aroma y propiedades medicinales; auténticos bocados de biodiversidad micológica que llevan exóticos sabores a cientos de hogares y restaurantes de toda la geografía española.

El salto a especies de hongos alóctonas ha sido uno de los grandes hitos en la historia de Setacor desde que el proyecto comenzara a gestarse en la mente de María Rosas en 2001. Aunque ha habido otros. Así, lo que comenzó un año después en una pequeña nave de Córdoba como iniciativa empresarial de cultivo de setas gris y seta común con destino prioritariamente a mayoristas, ha ido transformándose en paralelo a la propia evolución de María como experta en producción y gestión micológica, hasta llegar a lo que ambas son hoy: por un lado, una empresa que apuesta por la economía circular en una práctica agrícola que fusiona los cultivos de setas y olivas; por el otro, una micóloga que, como empresaria autónoma, "sin nadie que le corte las alas", no deja de investigar e innovar para, no solo hacer crecer su empresa, sino también para que otros puedan copiar su modelo y encontrar una oportunidad laboral en el medio rural.

Tras unos años enfocada a la producción de setas más comunes -ya desde una nueva nave de 500

Setacor apuesta por lo ecológico.

metros cuadrados en la localidad de Villafranca de Córdoba-, y de darse "todas las tortas del mundo en cuanto a plagas y enfermedades" por la ausencia de guías precisas sobre el cultivo micológico, Setacor se enfrentó a su primer gran punto de inflexión en 2010. Aquel año María Rosas Alcántara se involucró en una iniciativa micológica en colaboración con Marruecos y, a raíz de aquella participación, dice, se replanteó "todo el proyecto desde cero".

Comenzó, así, a probar nuevas semillas con micelio de diferentes hongos adquiridas a proveedores españoles, y con otras pedidas a Bélgica y Holanda "a medida" para poder producir una determinada seta acorde a las condiciones de su nave, algo que María descubrió que podía hacerse, después de visitar Níger y ver cómo allí cultivan champiñón a 50 grados de temperatura. "Fue como una gran revelación", afirma sobre aquel viaje, que, como la experiencia de Marruecos, la ayudó también a redireccionar su proyecto y a apostar por un nuevo modelo basado en diferenciación, menos cantidad y más calidad para un mayor margen de beneficio.

Del olivar y para el olivar

Con la innovación siempre en el punto de mira, esta emprendedora cordobesa decidió también, unos años más tarde, comprar cinco hectáreas de olivares para, además de elaborar aceite con certificación ecológica, emplear las hojas de la limpia de la aceituna en la almazara, junto con otros subproductos, en la elaboración de un sustrato propio para el desarrollo de sus hongos. Cuando esos sustratos están agotados para la generación de setas, explica, se compostan y se llevan de nuevo al olivar para nutrir el suelo del que se alimentan un millar de olivos. Se cierra así un ciclo que no sólo le está dando a María grandes resultados en lo relativo a la producción de las setas, sino que también se está demostrando un proceso completamente efectivo en cuanto a la regeneración de suelos.

> Setacor utiliza la hoja de aceituna para elaborar un sustrato propio para los hongos

No en vano, como ella misma explica, si en el primer año perdió 40 olivos por verticilosis, tras el abonado con los residuos y sustratos utilizados para la crianza de las setas se ha aportado al suelo una materia orgánica del 2,4% -frente al 0,8% con el que lo encontró-, capaz de frenar ese problema y, con ello, de "capturar 21 toneladas de CO_2 secuestrado de la atmósfera". "Estoy muy orgullosa", subraya

Códigos QR en el 'packaging' biodegradable, lo próximo

Se autodefine como "inquieta" y "creativa" y no le falta un ápice de razón. María Rosas Alcántara fue pionera en la introducción del cultivo de algunas setas exóticas en nuestro país; ideó bandejas de setas exóticas de ración -200 gramos- y listas para cocinar, que facilitan enormemente el trabajo en la hostelería y acercan sabores antes difíciles de imaginar a cualquier consumidor, y elabora un AOVE muy particular y valorado por sus clientes del que comercializa unos 1.500 litros al año. Pero no se quedan aquí sus expectativas. No en vano, no deja de investigar y ya ultima la salida al mercado de nuevos aceites aromatizados con hongos, preparados a base de setas para cremas, sopas y salsas, y hasta de chips de setas medicinales que nos acerquen a los beneficios y propiedades saludables de algunas especies de una manera divertida y sabrosa.

Además, cuida con mimo la relación cercana con el cliente a través de las redes sociales y, en esta línea, prevé implantar códigos QR en el 'packaging' biodegradable de sus productos para, por ejemplo, compartir recetas y crear una mayor interacción. Y, por supuesto, sigue muy implicada en la mejora de la sostenibilidad productiva agrícola.

Setacor produce hongos únicos en España.

María Rosas con lo que considera su "granito de arena a la mitigación del cambio climático".

La preocupación de esta bióloga por una producción respetuosa con el medio ambiente y con cuanto forma parte de él no se queda en este ciclo. De hecho, también opta por realizar desbroces en lugar de arado, de forma que la comunidad vegetal que antes tenía el olivar "ha cambiado radicalmente" y ha pasado de plantas altas que esquilmaban la tierra a gramíneas y leguminosas que la mejoran. Incluso, ha colocado en su finca posaderos y bebederos para que los pájaros que en la campiña cordobesa apenas encuentran más que agua de fertirriego hallen otra libre de fertilizantes químicos dañinos para su salud.

En paralelo al cambio de modelo productivo, ha venido también el cambio de modelo de comercialización para Setacor, que dejó a un lado a los mayoristas para focalizarse en el cliente de kilómetro cero en la propia provincia cordobesa, en el canal Horeca y en el particular que, cada vez en mayor medida, busca productos singulares y naturales utilizando la red de internet y realiza su compra *online*. Así, la propia web de Setacor ofrece una tienda en la que el cliente tiene a un solo clic las bandejas de setas variadas que María conforma con los hongos de temporada que va cultivando en función de los ciclos que marca la naturaleza y de la mejor época para su crianza, así como el aceite de oliva virgen extra eco al que también imprime un carácter singular, "un retrogusto picante" directamente relacionado con una temprana recolección de la aceituna.

El otro gran pilar

Más allá de dedicarse a lo que le gusta, en el medio rural y bajo fórmulas de producción sostenibles, la vocación de María Rosas Alcántara pasa también por compartir su conocimiento, por poner al alcance de otros la información sobre la puesta en marcha, gestión y desarrollo de un negocio de cultivo de setas que ella ha ido adquiriendo tras años de peleas burocráticas en un sector muy verde en España. "Solamente a nivel normativo, tardé un año en ponerme al día", con lo que ello supone en cuanto a retrasos en el proyecto y pérdidas de tiempo y dinero, relata la emprendedora para explicar por qué para ella es esencial la transferencia de conocimiento y ayudar con su experiencia y sus investigaciones a otros que quieren emprender un proyecto relacionado con la micología.

Setacor ha lanzado aceites de oliva aromatizados con hongos.

En esa línea, ha publicado dos libros a modo de guías -uno de los cuales va por su tercera edición-, ofrece cursos especializados y ha asesorado alrededor de 200 proyectos, no solo en España, sino en países como Chile, Uruguay, México, Mozambique, Níger, Marruecos o Malta, relacionados con el amplio abanico de posibilidades de negocio que abre el mundo micológico -cultivo de setas gourmet y setas medicinales, diseño de rutas micológicas turísticas, elaboración de sustratos alternativos, tintes naturales o biorremediación de suelos, entre otros-.

Ninguna cocina
sin los Aceites
de Oliva
de España
VIRGEN
EXTRA
OLIVA
#nosabemosloquetenemos
ACEITES DE OLIVA
DE ESPAÑA

Nina Berendsen
Consejera de Agricultura de la Embajada de los Países Bajos en España

Necesitamos cooperar porque España y los Países Bajos están a la cabeza en agricultura sostenible

Los sectores agroalimentarios de los Países Bajos se renuevan constantemente, contribuyendo de forma decisiva a la prosperidad del país. Son profundamente innovadores lo que les conduce a ser líderes a nivel mundial. Su capacidad para reinventarse es muy destacable, a la vez que se convierten en imprescindibles. Al fin y al cabo, agricultores, ganaderos y pescadores son quienes alimentan al mundo. Con una población mundial que, en 2050, se espera alcance los 10.000 millones de habitantes, el reto de alimentarlos a todos sigue más vigente que nunca.

La pandemia provocada por el SARS-CoV-2 nos está mostrando, por un lado, la vulnerabilidad de nuestro sistema alimentario, mientras que, por otro, nos está haciendo apreciar aún más el disponer de suficiente cantidad de alimentos saludables para todos. Esto último es lo que indica el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 2: hambre cero. Los Países Bajos colaboran plenamente en la consecución de este ODS como del resto de los que en su día aprobó Naciones Unidas. Por esta razón, personalmente estoy plenamente de acuerdo con la elección del *World Food Programme* para el Premio Nobel de la Paz de este año.

La responsabilidad de alimentar al mundo es una tarea compartida. Quienes, como nosotros, cuentan con mayores ventajas, pueden y deben asumir también mayores cuotas de responsabilidad en cuanto al futuro de la agricultura. Y es que, por buenos que sean nuestros resultados, el modo de producir alimentos es cada vez más desequilibrado. Estamos exigiéndole al planeta más de lo que puede darnos. Este modelo es insostenible. Es necesario actuar con más cautela en el uso de materias primas, recursos y medio natural. Debemos pasar de la exigencia continua en la bajada de los costes productivos a la optimización de los recursos existentes cuando son empleados para producir alimentos, siempre en plena armonía con la naturaleza. Hay que reducir de forma continuada el uso de materias primas mediante un aprovechamiento más eficiente en ciclos. Será en ese momento cuando la agricultura forme parte de un sistema alimentario circular. La transición a una agricultura circular implica un cambio de paradigma que va desde el persistente aumen-

to de los volúmenes de producción y una reducción de los costes, hasta la optimización en el uso de los recursos existentes para la producción de alimentos en armonía con la naturaleza.

Este concepto forma parte de una estrategia más amplia sobre Economía circular, que mi Gobierno anunció en 2016, cuyo reto es que todos los sectores económicos neerlandeses alcancen una economía basada en principios circulares en 2050. Junto a los interlocutores sociales, el primer paso es lograr en 2030 el objetivo intermedio de una reducción del 50% en el uso de recursos naturales primarios -minerales, fósiles y metales-. El Gobierno neerlandés ha identificado cinco temas prioritarios dentro de este programa: biomasa y alimentos, plásticos, manufacturas, construcción y bienes de consumo. El tema relativo a la biomasa y los alimentos está centrado en la circularidad.

Es un reto bastante ambicioso si consideramos, que, dentro de la Estrategia española para una economía circular, que publicó MITECO este año, se establece la reducción del 30% en el consumo de materiales en relación al PIB, a conseguir entre 2020 y 2030. Más importante que comparar países es la cooperación entre países. España y los Países Bajos destacan por sus sectores agroalimentarios y ambos forman parte de los países comunitarios con ideas más avanzadas sobre una economía verde y la agricultura sostenible.

El Medio Ambiente no entiende de fronteras y es necesario actuar con más cautela en el uso de las materias primas

Necesitamos cooperar porque el medio ambiente no conoce fronteras. Alcanzar los ODS nos obliga a una colaboración multilateral. Estos son motivos adicionales que me animan a buscar continuamente conexiones entre nuestros dos países.

En ambas estrategias nacionales los consumidores también tienen su papel. Y el consumidor es usted. Es importante que no olvide que la producción de alimentos ejerce una gran influencia sobre nuestro entorno. Sin el apoyo y el reconocimiento por parte de los consumidores, los agricultores, ganaderos y pescadores no pueden ocupar una posición en la cadena que les permita percibir ingresos satisfactorios. El valor añadido que la agricultura circular ofrece contribuye a explotaciones más prósperas desde el punto de vista económico; de esta manera los jóvenes podrán hacer frente a un futuro más prometedor.

Un ejemplo de lo que ya se ha desarrollado en los Países Bajos es el sitio web *www.platformkringlooplandbouw.nl*. En él, el agricultor neerlandés puede encontrar muchas iniciativas ya existentes como inspiración. También aparecen todos los incentivos que el Gobierno de mi país ofrece para una transición a la agricultura circular. La *Netherlands Enterprise Agency*, por citar otro caso, ofrece bonos para pedir consejo a expertos externos o para recibir formación. En esa misma web se puede consultar el llamado *kringlooplandbouwscan* donde se explican los pasos importantes para que una explotación en concreto camine hacia una agricultura circular y cómo ponerlos en práctica. Con todo ello, el Gobierno neerlandés pretende atraer la atención de los agricultores para que inicien la marcha hacia la transición, así como ofrecer flexibilidad en cuanto al tipo de cambio que es apto para cada explotación.

En 2019 también se iniciaron nueve proyectos piloto y un décimo dará comienzo muy pronto, con el objetivo de experimentar cómo emplear mejor la PAC para alcanzar una agricultura circular dentro de una realidad agrícola diversa. Esto dará la oportunidad a que los mismos agricultores tomen la iniciativa de una interpretación sostenible de su proceso productivo. Son ejemplos de la estrecha cooperación entre las administraciones públicas, el mundo científico y las empresas, típica manera de enfocar los temas en los Países Bajos, que conocemos como el "triángulo de oro".

El campo se 'enchufa' a la energía fotovoltaica

La energía solar gana terreno en el sector agrario para reducir la factura eléctrica y mejorar la rentabilidad de las explotaciones. Smart Solar Iberdrola permite un ahorro de entre un 40% y un 70% en las instalaciones de riego

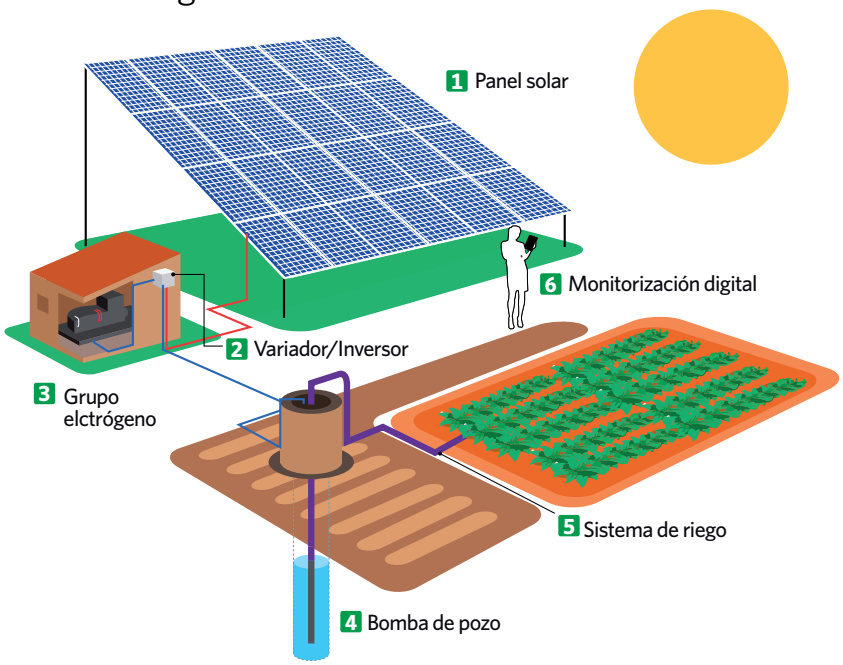
elEconomista

La posibilidad de reducir la huella de CO2 y de la energía comprada en la red, así como eliminar la incertidumbre del precio del gasóleo y la gestión logística del suministro en el caso de instalación de grupos electrógenos o mejorar la calificación energética de la explotación, son algunas de las ventajas que ofrece la Solución Smart Solar Iberdrola.

La compañía pone a disposición de sus clientes un paquete integrado que incluye el diseño, montaje y puesta en marcha de una instalación solar "totalmente a medida", además de la financiación, asesoría, mantenimiento integral, gestión y supervisión de la planta a través de herramientas web y "novedosas aplicaciones".

La energía solar es cada vez más habitual en explotaciones agrícolas y ganaderas. eE

Planta de riego fotovoltaico de Smart Solar



ASÍ FUNCIONA

1. **Panel solar:** formado por células fotovoltaicas para convertir la luz del Sol en electricidad.
2. **Inversor:** Transforma la corriente continua generada por el panel en corriente alterna para la bomba. Además unifica las comunicaciones entre los diferentes elementos del sistema.
3. **Grupo electrógeno:** Ve reducido su uso y régimen de funcionamiento gracias a la energía que se genera en los paneles fotovoltaicos.
4. **Bomba.** Se encarga de extraer el agua.
5. **Sistemas de riego.** Son los equipos ya existentes (balsas, bombas de presión, aspersores....)
6. **Inteligente.** Permite monitorizar la instalación a través de servicios web y la aplicación movil desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Fuente: Iberdrola.

elEconomista

Luis Gutiérrez, responsable de Smart Solar España de Iberdrola, destaca que la apuesta de la compañía por la investigación en el área de renovables "puede aportar numerosas soluciones y ventajas a los agricultores y regantes como, por ejemplo, Smart Solar, una solución integral que les ofrece la posibilidad de generar y consumir su propia electricidad mediante la instalación de este tipo de tecnología".

De hecho, los agricultores ya son conscientes del esfuerzo en este sentido realizado por Iberdrola. "Hemos mantenido encuentros y suscrito convenios con diferentes asociaciones agrarias y ganaderas como ASAJA o UPA, en los que se ha acordado que los colectivos afiliados a estas organizaciones reciban soluciones energéticas personalizadas y cuenten con condiciones ventajosas en la contratación de suministros de electricidad o gas con la compañía".

Gutiérrez destaca que "Smart Solar incluye numerosas ventajas, entre ellas, el ahorro en la factura eléctrica -entre un 70% y un 40% del coste anual- e incluso la posibilidad de reducir la huella de CO_2, favoreciendo a la descarbonización de la economía y promoviendo una lucha activa contra el cambio climático. Las instalaciones fotovoltaicas Smart Solar encajan a la perfección con las necesidades que tienen los agricultores y ganaderos. Los momentos de mayores necesidades de riego, es decir en verano, son los momentos de mayor insolación, por lo que este tipo de soluciones tienen muy buena acogida en este sector. Además, para aquellos que utilicen grupos diésel para accionar bombas de riego, por ejemplo, podrán sustituir ese combustible por energía fotovoltaica, pudiéndose olvidar casi en la totalidad de la logística del gasoil -compra, horarios de reparto, almacenaje, etc.-".

También para las viviendas rurales

El directivo va más allá y asegura que "aunque depende de las necesidades hidráulicas que tenga cada cliente, hay casos en los que alguno se ha podido desconectar completamente de la red, cubriendo todas sus necesidades eléctricas con energía fotovoltaica, ahorrándose de esta forma el 100% de la factura eléctrica y/o el 100% de su consumo de gasoil. Sin embargo, en otros casos, es necesario mantener el soporte de la red y/o un grupo diésel de emergencia y/o respaldo para atender la demanda en horas no solares o en aquellos días en los que la climatología no acompañe. En estos últimos casos podríamos estar hablando de ahorros entre el 30 y el 80% de su facturación eléctrica".

Por último, Gutiérrez subraya que "Iberdrola ofrece una oferta específica para regantes que, como a todos sus clientes, pretende optimizar sus contratos y ajustarlos a las necesidades de potencia contratada del sector".

Junto a la actividad agraria, el mundo rural se puede beneficiar también de las ventajas que aportan las renovables con la solución Smart Solar para el segmento residencial.

iStock

Smart Solar incluye un estudio personalizado, el diseño a medida, montaje y tramitación administrativa completa de una instalación solar fotovoltaica, ayuda en la tramitación de subvenciones, financiación, mantenimiento y su monitorización gracias a la Aplicación de Iberdrola Clientes. En ese sentido, Iberdrola está facilitado el acceso a una financiación favorable con acuerdos con distintas entidades financieras.

Esta solución llave en mano está dirigida a consumidores domésticos, comunidades de vecinos, pymes o grandes empresas, que pueden generar y consumir su propia energía eléctrica renovable, optimizando el consumo y mejorando la eficiencia energética de su instalación. Iberdrola realiza un estudio personalizado de la solución adaptado a las necesidades de cada cliente.

Entre las soluciones Smart Solar para el segmento residencial, una de las más comunes es la instalación de 3 kW (10 paneles solares que ocupan una superficie de 20 metros cuadrados en el tejado de la vivienda). Su coste aproximado es de 6.000 euros. La instalación puede producir una cantidad anual de energía de 4.950 kWh y la vivienda puede beneficiarse de la parte que autoconsuma de la generación de las placas. Las emisiones evitadas serían de unos 1.700 kg CO2/año.

Subvenciones

Los ahorros generados con esta instalación pueden alcanzar hasta un 70% de la factura anual, si la vivienda dispone de baterías, y hasta un 40% si no dispone de ellas. Eso sin contar las ayudas municipales y/o autonómicas disponibles -bonificación de IBI, a través de IRPF o ayudas específicas con presupuesto definido-. En el caso de instalaciones para empresas, los ahorros estimados pueden representar entre un 30% y un 35% frente al coste tradicional.

Como todas las soluciones smart de Iberdrola, el cliente podrá conocer en tiempo real la energía que produce y consume, de forma digital, a través de la web o la *app* de la compañía, y operar su instalación de forma autónoma.

Al ahorro económico, la revalorización de la vivienda y la eficiencia energética, se suma una razón más para aportar por el autoconsumo solar: su contribución a la lucha contra el cambio climático al generar y consumir energía renovable, libre de emisiones de CO2.

Los cambios regulatorios introducidos en la legislación promueven la instalación de energía fotovoltaica para autoconsumo, ya que han reducido los costes -se han suprimido los cargos sobre la energía autoconsumida- se han simplificado los procesos de tramitación de las instalaciones y se han introducido nuevas modalidades de consumo -como el autoconsumo compartido- entre otras medidas.

Luis Gutiérrez, responsable de Smart Solar España de Iberdrola. eE

Para aquellas instalaciones con excedentes acogidas a compensación, la energía que no se autoconsume de forma instantánea se vuelca a la red, de manera que al final del periodo de facturación -como máximo un mes- el valor de esa energía excedentaria se compensa en la factura final que recibe el consumidor.

El láser como alternativa a los productos químicos para eliminar malas hierbas

El CSIC coordina un proyecto internacional para aplicar dosis letales de energía en los meristemos de las hierbas no deseadas mediante una fuente láser de alta potencia

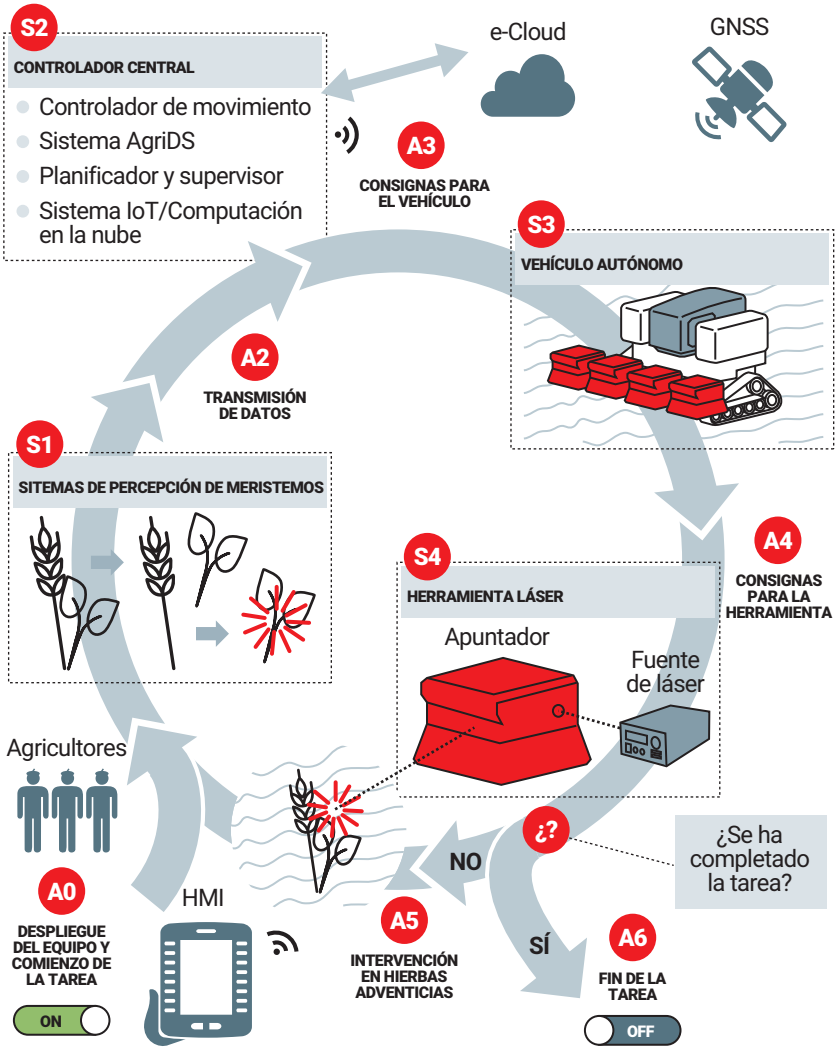
elEconomista

El proyecto WeLASER empieza su andadura con el objetivo de acabar con la utilización de productos químicos en la eliminación de las hierbas no deseadas. Por delante, 36 meses (2020-2023) en los que se dará forma a un prototipo de solución tecnológica que requerirá un posterior desarrollo para ser comercializada.

En un contexto de creciente población mundial y necesidad de reducción del uso de pesticidas y fertilizantes, WeLASER busca su sustitución. Las soluciones mecánicas contribuyen a deteriorar las propiedades del suelo, dañan sus organismos beneficiosos y proporcionan malos resultados para la eliminación de malas hierbas. Sin embargo, la solución WeLASER se enfoca en el manejo no químico de hierbas no deseadas basado en la aplicación de dosis letales de energía en los meristemos de dichas hierbas utilizando una fuente láser de alta potencia. Un sistema de visión de Inteligencia Artificial discrimina los cultivos de las hierbas adventicias y detecta la posición de sus meristemos para apuntar con el láser sobre ellos, utilizando un escáner láser. Un controlador inteligente coordina estos sistemas y utiliza IoT y técnicas de computación en la nube para administrar el conocimiento agrícola. Un vehículo autónomo conduce de manera eficiente el conjunto de sistemas por la explotación para su correcta aplicación. Esta tecnología proporcionará una solución limpia al problema de la eliminación de malas hierbas y ayudará a reducir significativamente los productos químicos en el medio ambiente.

WeLASER es un proyecto de innovación financiado por la UE dentro de su programa "Horizonte 2020". Está coordinado por el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) y cuenta con la participación de Futonics LASER (Alemania), Centro del laser de Hanover (Alemania), Departamento de Plantas y Ciencias Medioambientales de la Universidad de Copenhague (Dinamarca), AGREENCULTURE SaS (AGC) (Francia), la Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG) (España), el Departamento de Ciencias Agrarias de la Universidad de Bolonia (Italia), el Instituto para la Ecología de las Áreas Industriales (Polonia), el Departamento de Economía Agraria de la Universidad de Gante Bélgica) y Van den Borne Projecten BV (VDBP) (Holanda). Con ayuda de financiación comunitaria, WeLASER pondrá a trabajar a un gran grupo de actores y partes interesadas para aumentar la productividad agrícola, al tiempo que se logra mayor sostenibilidad ambiental y se mejora la salud de animales y seres humanos.

Así es el proceso tecnologico del WeLaser



Fuente: elaboración propia. elEconomista

El ganadero Miguel Ángel Velasco apostó por monitorizar todo el proceso productivo para garantizar la trazabilidad de la carne.

Consumidores más seguros gracias al etiquetado inteligente

La etiqueta es el único medio por el que el consumidor puede llegar a conocer con garantías lo que tiene en el plato. Los etiquetados inteligentes que trasladan la realidad del origen del alimento con más detalle son una oportunidad para los productores para diferenciarse y comunicarse con sus clientes

César Cabañas. Fotos: eE

Miguel Ángel Velasco se ha metido en muchos charcos y ha salido de muchos de ellos impermeable. Apostó por introducir la raza de *bazadaise* en su finca del Valle del Lozoya, en la sierra madrileña de Guadarrama. "Es un tipo rústico de vaca que se adapta a las condiciones montañosas y climáticas de mi entorno", afirma el ganadero.

La buena conformación de estos bovinos con origen en la región francesa de Burdeos es una ventaja comercial a la que algunos productores se han anclado para que los animales formen parte de sus rebaños.

Miguel Ángel también se adentró en la cría de bueyes de distintas razas de vacuno al abrigo del auge que este tipo de carne ha logrado en los últimos tiempos. La crisis sanitaria del Covid-19, que ha estrangulado al canal Horeca, su principal cliente, provocó

que se fijara en la puntera tecnología que cuelga de los cuellos de sus reses.

En tiempo real, los collares inteligentes identifican la posición de los animales y recogen datos de su temperatura superficial y su actividad física cuando se encuentran esparcidos por el monte a más de 2.000 metros de altura, en las estaciones más benignas climáticamente. El volumen constante y fiable de información de estos dispositivos, creados y desarrollados por la empresa española Digitanimal, le llega al ganadero de modo coherente vía *app* en el móvil para que tome las mejores decisiones en la cría inteligente y sostenible de sus vacas.

"¿Por qué no monitorizar todo el proceso de producción desde la granja a la mesa?" En eso coincidieron Miguel Ángel, Carlos y Rubén; estos últimos, dos de las tres personas que fundaron está compañía que monitoriza más de 10.000 cabezas de ganado en el mundo. La sensorización se instala también en básculas, comederos y bebederos. "Nuestra báscula inteligente controla la evolución del peso que cada día gana el animal, que está dotado de un crotal con sensores que le identifica además de su lote y que puede avisar del volumen de agua y el intervalo temporal en que la ha consumido", indica Carlos Callejero. "Estos

> **"El despligue tecnológico permite reducir la brecha entre consumidores y productores"**

datos se reflejan en la *app* del dispositivo del ganadero, que así puede establecer un mejor precio de comercialización del animal, según su ganancia de peso", apunta Rubén Blanco.

Para el ganadero, semejante tecnología "basada en la sensorización de muy alta frecuencia, el Internet de las Cosas (IoT), *big data*, analytics e inteligencia artificial puede controlar a prueba de toda garantía la trazabilidad de la carne con valor añadido que produzco para que mis clientes puedan acceder a ella a través de un código QR en el envase", comenta Miguel Ángel, que comprueba que de esta manera potencia la comercialización a través de la venta *online* para llegar directamente a los hogares, dadas las serias dificultades para seguir suministrando a restaurantes.

"Había que sacar mis productos de alguna otra forma", señala el productor que ha creado la marca de Cumbres de Guadarrama y cuenta con una página web concreta para manejar su comercio *online* y que se ha generado por Digitanimal, que pretende apoyar así a pequeños ganaderos en el comercio electrónico.

Para los responsables de Digitanimal, "la perspectiva del despliegue tecnológico de sus dispositivos

El ganadero puede conocer en cada momento el estado de sus animales.

Rubén Blanco, uno de los fundadores de Digital Animal, cuyos collares permiten monitorizar el estado de los animales.

inteligentes contribuye a estrechar la brecha digital entre ganaderos y consumidores, sobre todo cuando estos exigen cada vez más un compromiso más firme de los productores para una crianza ética, respetuosa con el bienestar animal y con el medio ambiente", subraya Carlos Callejero.

Mapas, fotos y la información escrita de la pieza de carne a los que puede acceder el consumidor tras leer el código QR que acompaña al producto es la documentación precisa y atractiva de su trazabilidad basada en datos objetivos recolectados por los sensores desde el origen y tipo del animal, cría y alimentación hasta la salida a consumo. Si se incluye la garantía extra de la tecnología *blockchain,* aumentaría la confianza del comprador. "Es a lo que básicamente aspira el proyecto europeo Cattlechain para conseguir una trazabilidad total en el consumo de productos lácteos y cárnicos, y del que Digitanimal forma parte", explica Rubén Blanco.

"Sabemos dónde va nuestra fruta"

Gracias al escaneo por los consumidores de la etiqueta que llevan las naranjas de la empresa Sunaran SAT, su director de Producción, Juan Manuel Ortiz, conoce en qué mercados de exportación se consumen, aunque no se hayan enviado específicamente allí. "Así sabemos dónde va nuestra fruta directamente".

Acercarse más al cliente final es uno de los objetivos de los etiquetados inteligentes como el desarrollado para esta empresa productora por Naturcode. Su CEO, Fernando Vázquez, declara que "en España, hay 900.000 referencias de alimentos y bebidas, solo 100.000 digitalizadas. En Europa, de 15 millones y menos del 10% lo están. Nosotros conectamos a productores, distribuidores y consumidores, mediante etiquetas inteligentes, fundamentadas en un código QR o chips NFC". Lo que no figura en una etiqueta convencional, Naturcode lo suple como canal de comunicación de 360 grados: Para el consumidor, información exhaustiva del alimento o bebida, comunicación personalizada con el productor e incluso comprar sin intermediaros; para el productor y fabricante, análisis de mercado, gestión de *fake news* y promoción de productos; para el distribuidor, surtido ideal por tienda, por poner un solo ejemplo.

El consumidor desconfía

El consumidor desconfía de la información que recibe. "Un año más cae el interés por la etiqueta como principal fuente de información, le sigue Internet, para el que la gente joven es la más receptiva y permeable", afirma Manuel Martín, del departamento jurídico de la Federación Unión Cívica Nacional de Consumidores y Amas de Hogar de España (UNAE) que colabora con Naturcode, al hilo de la Encuesta Sobre Hábitos de Consumo 2020 de la Mesa de Participación Asociaciones de Consumidores (MPAC). En ella figura también la conclusión de que alrededor de un 39% de los encuestados considera útil la información que ofrece el etiquetado y un 22% sigue creyendo que es confusa. La etiqueta inteligente es un campo para desterrar dudas.

Cuando consumes quesos de Castilla y León apuestas por la calidad y ayudas a nuestros ganaderos.

¿Cómo te gustan a ti? Consumiendo productos de Castilla y León nos ayudamos todos.

Visita: **market.tierradesabor.es**

tierra de sabor

CASTILLA Y LEÓN

Junta de Castilla y León

Galicia acapara la mitad de la producción española de castaña con 20 millones de toneladas al año.

La transición de los soutos gallegos para duplicar el negocio de la castaña

La IGP Castaña de Galicia trata de impulsar la profesionalización de una actividad que tiene un importante componente social y medioambiental en la Comunidad líder en producción, pero que funciona a medio gas moviendo 100 millones de euros al año, la mitad de lo que podría generar

elEconomista. Fotos: eE

Que la pandemia ha afectado a todos los aspectos de nuestra vida es indiscutible; incluso, al olor a castañas asadas que por estas fechas debería impregnar nuestros hogares y envolver nuestros paseos vespertinos. En este anormal otoño de 2020, ese evocador aroma tampoco es como era. No obstante, la producción castañera española no verá frenada su buena salida a los mercados. Y es que, la demanda sigue siendo mayor que la oferta en un sector que está claramente liderado por Galicia, cuyo territorio absorbe más de la mitad de la producción nacional. Allí, donde la recogida de castaña representa mucho más que una tradición, un enorme potencial aún por aprovechar ha sumergido a esta actividad forestal en una gran transición. Objetivo: profesionalizarla, exprimir más y mejor los soutos para favorecer la creación de empleo verde en el medio rural.

Esa transición viene especialmente impulsada desde la Indicación Geográfica Protegida Castaña de Galicia y así lo confirma su presidente desde 2008, Jesús Quintá García. Vinculado laboral y emocionalmente a la castaña desde niño, afirma que se ha convertido en vital abordar cambios para mejorar sus perspectivas de futuro. No en vano, en la Comunidad gallega hay, "según estimaciones oficiales, unas 54.000 hectáreas" pobladas con castaños, -bien masas puras o formaciones mixtas-, pero en una parte importante de esas extensiones los frutos se quedan en el suelo. Según el presidente de la IGP, se debe a que muchos soutos son minifundios de propietarios ya mayores que apenas recogen para el autoconsumo, otros están abandonados y algunos se encuentran en zonas montañosas de difícil acceso.

En conjunto, habría unas 25.000-30.000 hectáreas de soutos tradicionales cuyo potencial productivo infrautilizado hacen perder unos 100 millones de euros al año por la castaña que cada otoño se queda sin recoger. Se puede decir, pues, que el sector castañeiro gallego funciona a medio gas, teniendo en cuenta que en la actualidad genera un volumen de negocio de, precisamente, "unos 100 millones de euros". Exprimir mejor su rentabilidad es la meta.

En el seno de la IGP se han puesto manos a la obra. "Tratamos de ordenar el sector, promover la certificación, ofrecer información a los productores, etcétera, con el gran reto de profesionalizarlo", afirma Quintá García antes de recalcar que, para ello, resulta fundamental que las administraciones miren hacia un castaño al que no han prestado apenas atención, ya que, por su componente tradicional y su carácter pequeño, ha venido funcionando por sí solo. Ni siquiera ha estado contemplado en la PAC, lamenta el máximo representante del marchamo de calidad no sin dejar de subrayar que "10.000 personas recogen castaña en Galicia" y que, por tanto, su aprovechamiento tiene un gran peso social y medioambiental, ya que genera empleo en el medio rural, ayuda a fijar población, y, además, representa "un potente cortafuegos" si existe una correcta plantación, hecho fundamental para una Comunidad que sufre siete de cada diez incendios que se producen en España.

La Xunta ha abierto una línea de ayudas para replantar los soutos con castaños más productivos

Las primeras respuestas ya han llegado. Así, la Consejería de Medio Rural de la Xunta ha abierto varias líneas para recuperar esos soutos tradicionales con nuevos castaños de fruto, una cuestión que para el presidente del Consejo es de máxima importancia ya que muchos de los árboles fueron "plantados por nuestros abuelos" y suman, "50, 70, 100 años", con lo que su rentabilidad está muy mermada.

La estimación oficial habla de 54.000 hectáreas con castaños.

Según el también gerente de Alibós Galicia, una de las mayoras productoras mundiales de castaña pelada y congelada, es necesario profundizar en la recuperación y adecuación de los soutos tradicionales para "poder mecanizar algunas de las tareas que conlleva la actividad" y, paralelamente, "introducir variedades más demandadas por el mercado, más productivas y más rentables"; para, en definitiva, favorecer esa transición hacia la profesionalización.

Desde la IGP se está poniendo también un especial interés en la promoción y divulgación de la castaña

Además de las lineas focalizadas en el campo, la IGP promociona el uso de la castaña en la cocina.

como materia prima en la cocina. No en vano, se trata de un producto, incide Quintá, muy versátil más allá de su consumo en fresco, que lo mismo adereza cremas, que guisos, salsas o postres. Asimismo, es un fruto "saludable para el organismo, noble, prácticamente ecológico" y muy valorado en países como Suiza o Japón, en los que se presta especial atención a la alimentación saludable y en los que el consumo de castaña per capita despunta.

Busca, pues, la castaña gallega, más protagonismo en la restauración, más consumo per capita en España, más espacio en los montes y, en definitiva, más peso en la economía regional; en una economía a la que aporta cuatro industrias de transformación y 30 comercializadoras que convierten a Galicia en una de las grandes potencias mundiales en el mercado, sumando entre ambos eslabones de la cadena de valor un millar de empleos fijos.

Por esas industrias y comercializadoras pasarán esta campaña unos 15 millones de kilos de castañas gallegas, que suponen una merma importante con respecto a los alrededor de 20 que se han venido recolectando en los últimos años. Detrás de este fuerte descenso, la avispilla del castaño, un insecto que entró en España hace unos cinco años, que "se come la hoja del castaño, lo debilita, le provoca un hongo y lo mata para la producción" y que, tras colarse en Cataluña y Andalucía, puso en alerta a los castañeiros gallegos. "Advertimos al Ministerio", recuerda Jesús Quintá y, dando la batalla, consiguieron que la Xunta introdujera la torymus, otra avispa que se come los huevos de la avispilla del castaño y que se ha erigido en la única capaz de combatirla. Gracias a la suelta controlada de 1.500.000 ejemplares cada año, "la merma de la producción aquí no ha sido tan importante, del entorno del 30%", mientras que países como Italia han llegado a perder hasta el 90% de su cesta.

"Sí se puede vivir de la castaña"

La avispilla es el gran problema al que se enfrentan los soutos gallegos hoy, pero no el único. También, explica el presidente del Consejo Regulador de la IGP, arrastran otros hándicaps perpetuados en el tiempo: los propietarios de toda la vida tienen una mentalidad muy tradicional, cogen para el consumo familiar o venden por su cuenta como han hecho siempre, y no quieren plegarse a un reglamento como el que implica el sello de calidad -sólo unas 180 toneladas son certificadas"-; y, paralelamente, a los jóvenes les cuesta entrar porque han de hacerlo con nuevas plantaciones que "tardan unos siete u ocho años en empezar a producir", si bien, recalca Quintá García, "luego son para siempre, necesitan pocos cuidados" y, lo más importante, "son muy rentables". "Una hectárea de castaños, contando que el kilo alcanza un precio de unos dos euros para el productor, supone un rendimiento de unos 5.000-10.000 euros al año", afirma para animar la ansiada profesionalización con una conclusión: "Sí se puede vivir de la castaña".

El valor del origen

Galicia absorbe más de la mitad de la producción de castañas de España y un porcentaje similar de las comercializadoras e industrias de primera y segunda transformación enfocadas a este aprovechamiento forestal.

De los 20 millones de kilos que los castañeiros gallegos recolectan cada año, la mitad se destina a consumo en fresco -en hogares, asadores y en las tradicionales fiestas de los magostos-, mientras que otro tanto recala en las industrias de transformación para su venta en congelado y en productos del tipo harinas, cremas, confituras y almíbares. Una de esas industrias es DoSouto, una empresa familiar ubicada en Paradela (Lugo) que ha apostado por el embotado de castañas en almíbar denso, confitura de castañas y manzanas, crema de castañas y crema de castañas al chocolate, utilizando siempre frutos de castaños centenarios, recolectados uno a uno de manera natural y amparados por el sello de la IGP.

El conjunto de agentes comercializadores y transformadores de esta Comunidad tienen que importar unos 10 millones de kilos de castañas para cubrir su mercado, que en un 20-30% es nacional y que en el 70-80% restante lleva la castaña gallega a 27 países.

Desinversiones

Osborne vende su bodega de Malpica del Tajo pero mantiene Solaz

El grupo andaluz Osborne ha anunciado la venta de su finca en Malpica de Tajo (Toledo). La operación se encuadra dentro del Plan Estratégico de la compañía, que prevé vender activos no estratégicos como son los secaderos de jamón adquiridos a Consorcio de Jabugo -que ya se vendieron en 2019- o esta finca de Malpica de Tajo.

La compañía que preside Ignacio Osborne y que es propietaria de marcas como Cinco Jotas, los vinos de Rioja de Bodegas Montecillo, el brandy de Jerez Carlos I o la ginebra Nordés radicada, aclaró que con esta desinversión cumple con un doble objetivo: por un lado mejorar la rentabilidad de la marca Solaz y reforzar la estructura financiera de la compañía.

El vino Solaz se elaboraba en la bodega de Malpica de Tajo que ha sido enajenada, pero Osborne recalcó que pese a la venta mantiene intacta "su apuesta por el negocio del vino y específicamente por la marca Solaz. "Solaz es una marca consolidada en más de 20 países, en los que alcanzó unas ventas anuales de 2,5 millones de botellas, y goza de una presencia especialmente relevante en Alemania, donde es la segunda marca de vinos del segmento *premium* más vendida y el líder en la categoría 'Bio'.

Maquinaria

Agrotec Motor Tárrega se alía con New Holland en Lleida

A finales de octubre se selló el acuerdo entre New Holland y Motor Tárrega para ser concesionario oficial de la marca en la comercialización de tractores, aperos y productos de la gama compacta New Holland en una amplia área geográfica que engloba parte de la provincia de Lleida y la comarca del Bajo Cinca (Huesca). Con esta nueva designación, desde New Holland se garantiza y asegura una atención personalizada, un servicio de calidad, una disponibilidad de recambios inmediata y un compromiso a largo plazo con los clientes de esa importante comarca agrícola, y todo ello con los mejores estándares de calidad.

Con una amplia y contrastada experiencia trabajando en el sector de los vehículos industriales, Motor Tárrega nació en Tárrega en 1965 como concesionario especializado en vehículos industriales de la marca Barreiros.

Tanto Xavier Esteve como Antoni Esteve, gerentes de la concesión, aseguran que "nuestra misión es satisfacer a los clientes ayudándoles a conseguir la máxima eficiencia en su actividad, ofreciendo un servicio de calidad basado en la confianza, la seriedad, el compromiso y la capacidad técnica de nuestro excelente equipo humano"

Acuerdo

La Escuela de Cocina de Valladolid potenciará 'Tierra de Sabor'

El consejero de Agricultura y Ganadería, Jesús Julio Carnero, y el presidente de la Cámara de Comercio de Valladolid, Víctor Caramanzana, han suscrito un acuerdo de colaboración que supone un "matrimonio de corazón" entre la Escuela Internacional de Cocina y la marca de garantía 'Tierra de Sabor' con el objetivo de promover al sector agroalimentario de Castilla y León y potenciando alianzas con la gastronomía. "Se trata de un matrimonio de corazón que supone una alianza que se llama calidad" ha aseverado Carnero, quien ha recordado que se habían fijado dos objetivos en lo que se refiere a la marca de calidad y excelencia 'Tierra de Sabor', como es potenciar todo lo que tiene que ver con los valores sociales y con la solidaridad, pero también era necesario ir de la mano con la Escuela Internacional de Cocina.

Y es que, según el consejero, la Escuela Internacional de Cocina "implica un baluarte de profesionalidad, de alta exigencia y de alto compromiso con lo que tiene que ver con la gastronomía", lo que tiene que pasar "necesariamente" por la formación, que tiene "como telón de fondo los productos agroalimentarios" de la Comunidad y los que se están bajo el paraguas de la marca 'Tierra de sabor'.

José María Ferrer Villar
Jefe del Departamento de Derecho Alimentario de AINIA

Flexibilización de la regulación de la UE en materia de higiene alimentaria

El Real Decreto 1086/2020 por el que se regulan y flexibilizan determinadas condiciones de aplicación de las disposiciones de la Unión Europea en materia de higiene de la producción y comercialización de los productos alimenticios ha efectuado una revisión general a las principales disposiciones de aplicación en materia de higiene y seguridad alimentaria.

El trabajo efectuado en esta disposición permite adecuar la regulación a los avances científicos, sistemas de producción y también responder a las demandas sociales en esta materia. Desde la aprobación del Reglamento 178/2002 sobre seguridad alimentaria y fundamentalmente del paquete de higiene alimentaria de 2004 no se había llevado a cabo una revisión en profundidad de estas cuestiones, si exceptuamos el Reglamento 625/2017 sobre controles oficiales que se está aplicando desde el 14 de diciembre de 2019.

Además de adaptar la legislación a la realidad actual, también se han tomado en consideración las indicaciones de la Comisión Europea en relación con el "Informe final de una misión de investigación realizada en España del 19 al 29 de septiembre de 2017, con objeto de recopilar información sobre el estado de aplicación de las disposiciones y excepciones sobre flexibilidad previstas en la legislación de la UE sobre higiene en las pequeñas y medianas empresas", para hacer uso de las opciones que el paquete de higiene pone a disposición de los Estados miembros.

En el marco de las opciones que confiere el legislador comunitario a los Estados miembros se ha aprobado este real decreto para flexibilizar ciertas actividades y también definir cuestiones necesarias para que se puedan seguir utilizando métodos tradicionales en la producción, o para responder a las necesidades de las empresas situadas en regiones con condicionantes geográficos particulares, facilitando el comercio de proximidad, sin perjuicio de los requisitos legales aplicables en materia de higiene alimentaria.

De manera adicional, se integra, simplifica y adapta la normativa nacional sobre higiene de los alimentos que se encuentra dispersa en diversos reales decretos,

la mayoría de ellos anteriores a los reglamentos del paquete de higiene, y que ahora se derogan.

En el contexto de esta disposición se ha procedido a una modificación sustancial del Código Alimentario Español (Decreto 2484/1967) y se han derogado los apartados que son contrarios o han quedado superados por los reglamentos del paquete de higiene, la normativa de la UE sobre información al consumidor, materiales en contacto con alimentos, aditivos alimentarios, aromas alimentarios contaminantes en los alimentos o residuos de plaguicidas en los alimentos.

Se establece la definición de los alimentos con características tradicionales, como aquellos alimentos que, en la comunidad autónoma donde son producidos tradicionalmente, son reconocidos históricamente como productos tradicionales, o producidos de acuerdo con referencias técnicas codificadas o registradas al proceso tradicional o siguiendo métodos de producción tradicionales, o bien protegidos como productos alimenticios tradicionales por una norma comunitaria, nacional, regional o local.

A los efectos del Reglamento 37/2005 -control de las temperaturas en los medios de transporte y los locales de depósito y almacenamiento de alimentos ultracongelados destinados al consumo humano-, se determina que la distribución local será la realizada mediante vehículos que retornan sistemáticamente a su base de origen, cuyo radio de distribución desde el punto de carga no sea superior a 100 kilómetros y la capacidad de transporte útil sea igual o inferior a 3.500 kilogramos, efectuando actos de venta y facturación a clientes, o entregando mercancías a través de albaranes preestablecidos.

Se definen cuestiones para seguir utilizando metodos tradicionales de producción o facilitar el comercio de proximidad

El Real Decreto 1086/2020 ha establecido los requisitos para la leche cruda destinada a la venta directa al consumidor, adicionales al Reglamento 853/2004, como son la exigencia de que el establecimiento esté autorizado e inscrito en el Registro General de Empresas Alimentarias y Alimentos (RGSEAA), el cumplimiento de unos criterios microbiológicos, la presentación para la venta al consumidor envasada, determinadas menciones obligatorias en el etiquetado informando de la necesidad de someterla a tratamiento térmico y de conservarla entre uno y cuatro grados centígrados y ciertas limitaciones de su uso como materia prima. Estas cuestiones se han incorporado tras la revisión científica por parte de EFSA (2015) y la AESAN (2020) para garantizar la seguridad alimentaria a través de estos requisitos adicionales.

Las comidas testigo en la actividad de comidas preparadas han sido armonizadas y se amplía lo establecido en el Real Decreto 3484/2000, estas muestras -comidas testigo- representarán a las diferentes comidas preparadas diariamente, para posibilitar la realización de los estudios epidemiológicos que, en su caso, sean necesarios. Se presentan criterios más homogéneos en relación con estas comidas, en cuanto a sus lugares de preparación y al tiempo y forma de conservación.

Estos son algunos de los aspectos más relevantes que presenta la nueva legislación, capítulo aparte merece todo lo relacionado con los productos de origen animal y diversas actividades que ha recogido el Real Decreto 10868/2020 y que pueden ser materia para tratar en un próximo artículo.

Recapitulando, la norma trata de responder a tres situaciones distintas: se establecen excepciones o adaptaciones para flexibilizar los requisitos recogidos en los reglamentos del paquete de higiene para determinados tipos de establecimientos y productos; la regulación de actividades excluidas del ámbito de aplicación de los reglamentos del paquete de higiene, y medidas que contribuyen a la correcta aplicación en España de la normativa de la Unión Europea.

Dcoop convoca el VII Concurso de Artes Plásticas

Dcoop ha publicado las bases de la séptima edición de su Concurso de Artes Plásticas con el objetivo de incentivar un año más la unión entre el sector agroalimentario y la cultura, comprometiéndose con el desarrollo y la promoción del arte. Están convocados todos los artistas mayores de edad que deseen participar con obras inéditas de pintura, escultura, cerámica y/o grabado. Las inscripciones *online* podrán realizarse hasta el 15 de marzo del 2021.

Nace una plataforma digital de venta de cereal ecológico

Las redes de comunicación virtual llegan al sector cerealista y ofrecen nuevas oportunidades de negocio para todos los actores de la cadena de valor. El 16 de diciembre, el proyecto de cooperación transfronteriza 'ECOCEREAL+' presentó la primera plataforma digital para la venta y compra de cereal ecológico, con el objetivo de poner en contacto a agricultores y cooperativas con la industria transformadora de las materias primas.

Partida adicional para el plan de seguros agrarios de 2020

El Consejo de Ministros ha aprobado una adenda al convenio firmado en mayo entre la Entidad Estatal de Seguros Agrarios (Enesa) y Agroseguro que contempla una aportación adicional al presupuesto de 24,6 millones de euros, diferencia entre la dotación del convenio (211,26 millones) y el montante de las necesidades estimadas en función de la siniestralidad registrada este año, de 235 millones.

Covap y Vodafone retrasmiten en 'streaming' la montanera

La cooperativa ganadera Covap impulsa su apuesta por la digitalización con su alianza con Vodafone para lanzar el proyecto *Montanera Live*, que ofrecerá en *streaming* la montanera de este año en el Valle de los Pedroches. La montanera transcurre desde noviembre hasta febrero, justo cuando cae la bellota, siendo ésta, además, la última fase de la crianza del cerdo 100% ibérico.

Celia Miravalles
Abogada especializada en temas agrarios y asesora de Agronews Castilla y León

¿Puede el arrendatario pedir que le indemnicen por la cosecha si le desahucian?

El artículo 703.2 de la Ley de Enjuiciamiento Civil señala: "Cuando en el acto del lanzamiento se reivindique por el que desaloje la finca la titularidad de cosas no separables, de consistir en plantaciones o instalaciones estrictamente necesarias para la utilización ordinaria del inmueble, se resolverá en la ejecución sobre la obligación de abono de su valor, de instarlo los interesados en el plazo de cinco días a partir del desalojo".

En suma, si el propietario insta el desahucio del arrendatario por el motivo que fuese, el rentero si a lo largo de todo el proceso arrendaticio y su ejecución, no ha reivindicado la cosecha e instalaciones y mejoras, debe pedirlo en el momento o acto del lanzamiento, y debe exigir que así se haga constar en la diligencia de entrega de bienes inmuebles que se levante.

El artículo 452 del Código Civil establece que el poseedor tendrá derecho a los gastos que hubiere hecho para su producción y además a la parte de la cosecha proporcional al tiempo de su posesión. Si no lo hace la cosecha y las instalaciones quedarán en propiedad del arrendador que ha instado el lanzamiento.

¿Qué es lo que puede pedir? Serán las plantaciones o instalaciones estrictamente necesarias para la utilización ordinaria del inmueble. Debe tratarse de cosas no separables. En cuanto a las instalaciones habrá que estar a lo establecido en el contrato de arrendamiento y subsidiariamente a lo establecido en la ley de Arrendamientos Rústicos. Es conveniente también indicar en ese momento del lanzamiento el valor que se le da a lo pedido, así como la más completa descripción de su extensión y el estado en que se encuentra.

CULTIVAMOS UN MUNDO MEJOR PARA TODOS

Porque somos líderes en gestión integral y responsable de superficies forestales, ayudamos a mitigar el cambio climático, a prevenir incendios, crear empleo rural y cuidar nuestros bosques.

Porque somos el primer productor de Europa de celulosa de eucalipto de la mayor calidad, necesaria para fabricar productos que hacen más fácil nuestra vida diaria.

Porque somos el primer productor de energía con biomasa de España, la mejor energía renovable.

Trabajamos con la naturaleza, por eso la sostenibilidad es una prioridad para Ence.

ence
ENERGÍA & CELULOSA

PERE FERRÉ

Presidente de la Agrupación de Exportadores de Almendra y Avellana de España (Almendrave)

"Las almendras no deberían faltar nunca en nuestras tapas"

Perder a su padre y ser el mayor de cinco hermanos le llevaron al campo con 13 años. Creció entre olivos, almendros y avellanos sin descuidar su formación y hoy dirige la cooperativa Coselva y pilota Almendrave, buque insignia de la exportación de almendra y avellana

Por elEconomista

Foto: eE

Este 2020 no será malo, al menos para la almendra española. Y es que, las 687.000 hectáreas de almendros que se distribuyen por nuestra geografía -con Andalucía a la cabeza-, darán una "producción de récord" (se prevén unas 96.000 toneladas en grano). El sector "ha experimentado un fuerte crecimiento en los últimos años" y eso se empieza a notar, si bien aún lastra un gran hándicap: perviven muchas plantaciones tradicionales en zonas marginales y de secano que no ofrecen buen rendimiento. De hecho, pese a tener "una superficie mucho mayor, estamos muy por detrás" del país a la cabeza, Estados Unidos y "no llegamos ni al 10% de la producción mundial". Así lo explica Pere Ferré, presidente desde 2008 de la principal agrupación de exportadores de almendra y avellana de España, Almendrave.

Se han incorporado "más de 100.000 nuevas hectáreas en zonas de regadío y con nuevas variedades", pero según Ferré hay que ir más allá. "Hay que replantar, reinjertar con variedades más resistentes al frío", apostar por "cultivos más modernos que nos hagan más competitivos" y, sobre todo, focalizarnos en el cultivo ecológico, no sólo porque "su rentabilidad dobla a la de la almendra convencional (8 euros el kilo frente a 4)", sino porque ahí sí podemos ganarle la partida a California.

"Las autoridades deben plantearse si quieren tener agricultores o guardas forestales", afirma con cierto sarcasmo el presidente de Almendrave sobre esos viejos almendros, y antes de incidir, con más datos, en la necesaria mejora de la productividad: pese a su segunda posición, España es también uno de los principales importadores de almendra del mundo. ¿La razón?: nuestro país es líder europeo en exportación, "con entre 130.000 y 140.000 toneladas al año", porque goza de una "gran industria" del descascarillado y procesado, que requiere de materia foránea para dar respuesta a la demanda de producto natural, tostado, laminado o en harina de sectores como los de la repostería o la elaboración de dulces.

También, de los cada vez más consumidores que descubren con el picoteo en bolsa las bondades saludables de este fruto seco que, según este agricultor de La Selva del Camp (Tarragona), "nunca debería faltar en nuestra tapa cuando salimos a tomar algo". Eso sí, recomienda quien lleva toda la vida ligado a este producto que da un característico sabor a nuestras navidades, si lo que queremos es "hacer país", hay que apostar por las denominaciones de origen y sellos de calidad -que elaboran con almendra nacional-, y fijarse bien en el etiquetado para cerciorarnos de que estamos consumiendo almendra española, que es la más sabrosa.