

Agro

elEconomista

Revista mensual

16 de noviembre de 2019 | Nº 48

El acuerdo lácteo cumple cuatro años sin conseguir que despunten los precios | P8

Alianza Rural reivindica el papel del campo contra el cambio climático y la despoblación | P18



Jesse Barandika
Presidente de Sociedad
de Ovinotecnia y Caprinotecnia

“El avance tecnológico del ovino ha sido mayor que el de otros sectores” | P12

EL REGADÍO, CADA VEZ MÁS SOSTENIBLE: CONSUME MENOS AGUA CON MÁS SUPERFICIE

En 10 años ha aumentado la superficie en 400.000 hectáreas y una de cada dos hectáreas se riega por 'goteo' | P4

22. Eventos

La economía circular, oportunidad para el Agro

La revalorización de los residuos ofrece nuevas líneas de negocio para agricultores y ganaderos

30. Opinión

Horizonte 2050: innovación para la sostenibilidad

Artículo de Cristina del Campo, nueva directora general del centro tecnológico Ainia

40. Actualidad

Cómo combatir los bulos en alimentación

Científicos, periodistas y consumidores proponen medidas contra las 'fakes news' en el sector

42. Emprendedores

Setas ecológicas desde Tierra de Campos

La zamorana Nazaret Mateos gana el 'I Premio Excelencia a la Innovación Agrícola del MAPA'

Edita: Editorial Ecoprensa S.A. **Presidente de Ecoprensa:** Alfonso de Salas
Vicepresidentes: Antonio Rodríguez Arce y Raúl Beyruti Sánchez
Consejero Delegado: Pablo Caño **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

En portada
El regadío gana eficiencia: más superficie con menos agua

La modernización del regadío, que ha aumentado 400.000 hectáreas en una década, alcanza ya el 75% de la superficie



04



12

Entrevista
Jesse Barandika, nuevo presidente de SEOC

Destaca el avance tecnológico del ovino registrado en los últimos años "mucho mayor que el de otros sectores"

Ganadería
El paquete lácteo no cumple las expectativas tras 4 años en vigor

Las organizaciones agrarias coinciden en que el acuerdo no ha logrado el crecimiento de los precios de la leche esperados



08



26

Reportaje
En busca de una segunda vida para los fertilizantes

Un proyecto liderado por Fertiberia intenta recuperar de aguas residuales y purines materias primas para hacer abonos

El futuro de la agricultura pasa por regadíos sostenibles

España ha dado muestras durante los últimos años de que la sostenibilidad no está reñida con la agricultura de regadío. Los datos son bastantes elocuentes. En la última década la superficie regable se ha incrementado en casi 400.000 hectáreas hasta alcanzar los 3,7 millones. A la vez, ha mantenido una tendencia a la baja en el consumo de agua, que se sitúa ya por debajo de los 15.000 hectómetros cúbicos.

La modernización impulsada por las administraciones y las comunidades de regantes ha sido capital en la evolución hacia una mayor sostenibilidad. En los últimos diez años la disminución del regadío más ineficiente, el de superficie o gravedad, ha retrocedido en 174.529 hectáreas hasta superar ligeramente las 900.000. Mientras, el localizado o por goteo, se ha incrementado en algo más de 440.000 hasta conseguir que una de cada dos hectáreas que reciben agua lo hagan a través de este sistema. Solo Israel nos supera a nivel mundial.

Durante los 18 años de existencia, la Sociedad de Infraestructuras Agrarias (Seiasa), ha modernizado más de 540.000 hectáreas de regadío, beneficiando a más de 194.000 regantes con una inversión cercana a los 2.000

millones de euros, una cantidad que se eleva hasta los 3.000 millones si contabilizamos a todas las administraciones.

Pese a su mala fama, agitada en muchas ocasiones desde posiciones maximalistas y dogmáticas, la importancia del regadío para la economía y el sistema agrario y agroalimentario de nuestro país es incuestionable. Apenas ocupa el 15 por ciento de la superficie cultivable, pero aporta más del 65 por

ciento de la producción vegetal española. Su utilización ha permitido situar a España como referente mundial en frutas y hortalizas, vino o aceite de oliva.

Los buenos resultados cosechados no deben sin embargo ser más que un acicate para continuar con la modernización. El cambio climático es una verdadera amenaza para la sociedad en general y para la agricultura en particular y desde el campo se deben seguir aportando soluciones, al igual que ha demostrado que ha venido haciendo durante los últimos años.

Eso exige apostar, desde el consenso, por una política racional y valiente en la que la claridad de los datos prevalezca sobre los discursos demagógicos y falaces para continuar con una expansión y modernización que claramente no solo es compatible sino imprescindible para avanzar en la preservación de los recursos del Planeta.

Es necesario seguir apostando por la modernización, que en la última década ha permitido aumentar la superficie en 400.000 hectáreas reduciendo el consumo de agua

LAS CARAS DE LA NOTICIA



Javier Goñi
Presidente de Fertiberia

Su apuesta por el reaprovechamiento de residuos es un paso acertado en la sostenibilidad del sector de los fertilizantes.



Teresa Pérez
Gerente Interprofesional Aceite de Oliva

Pone en marcha una campaña de promoción para recuperar el consumo de este producto en el mercado nacional.



José Miguel Herrero
Director general de la Industria Alimentaria

Aboga por poner en valor ante los consumidores los esfuerzos de la industria agroalimentaria en economía circular.



Jesse Barandika
Presidente de SEOC

Reclama un mayor reconocimiento del papel del ovino y el caprino en el mantenimiento de la naturaleza y el mundo rural.

EL REGADÍO, MÁS SOSTENIBLE GRACIAS A LA MODERNIZACIÓN

En la última década nuestro país ha incrementado la superficie de riego en 400.000 hectáreas mientras mantiene una tendencia a la baja en consumo de agua. Una de cada dos hectáreas que se riegan lo hacen por goteo, en el que somos los segundos a nivel mundial

RAFAEL DANIEL

Según la *Encuesta sobre Superficies y Rendimientos de Cultivos* del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) en 2018 se alcanzó una superficie de riego de 3.774.286 hectáreas, 399.654 más que diez años antes. Este aumento ha ido en paralelo a una evolución decreciente del consumo de



El sistema de
aspersión roza el
15% de la superfi-
cie regable. EE

agua. Entre los años 2008 y 2012, el volumen consumido por los agricultores rozaba o superaba los 16.000 hectómetros cúbicos, mientras ahora se sitúa por debajo de los 15.000 hectómetros, según la información del Instituto Nacional de Estadística. El Ministerio de Agricultura apunta otro dato en la misma dirección. En el año 2002, el sector agrario representaba el 80 por ciento del agua total consumida en España. Actualmente, esa cifra ha descendido hasta aproximadamente un 65 por ciento.

En los últimos diez años la disminución del denominado regadío por superficie o gravedad, popularmente conocido como “a manta”, con apenas una eficiencia del 50 por ciento, ha pasado de las 1.082.604 hectáreas a las 908.075, es decir 174.529 hectáreas menos mientras, los sistemas que no derrochan agua han ido ganando terreno.

El más sostenible, el localizado o por goteo, con una eficiencia del 90-95 por ciento, es el que más ha avanzado en esta década, con 440.482 hectáreas más, un 16,19 por ciento. Los sistemas de aspersión y automotriz (pivots), vinculados a los cultivos extensivos y en los que las pérdidas apenas alcanzan entre el 15 y el 20 por ciento, también han ido avanzando, con 90.309 y 59.855 hectáreas.

El resultado es que la modernización de regadíos alcanza ya el 75,9 por ciento de la superficie, muy por delante de nuestros vecinos europeos. Según datos de la Comisión internacional de riegos y drenajes aportados por el MAP, en Italia es del 57 por ciento, en Francia del 51 por ciento y en Portugal, del 10,3 por ciento.

En el caso del goteo, ocupa el 47,3 por ciento, lo que nos sitúa, tras Israel, en el segundo puesto a nivel mundial, donde apenas se utiliza riego localizado en el 6 por ciento de los más de 330 millones de hectáreas de superficie regable.

En la UE-28 hay unas 10 millones de hectáreas en regadío, España está a la cabeza (29,1 por ciento), seguida de Italia (28,7%), Francia (14,3 por ciento), Grecia (11,7 por ciento) y Portugal (4,7 por ciento).

“Papel esencial”

La agricultura de regadío española es responsable de más del 65% de la producción vegetal y uno de los pilares del sistema agroalimentario, que representa el 12 por ciento del conjunto de la economía española, apuntan desde el Ministerio. “Por ello, no hay duda de su papel esencial para nuestra sociedad y nuestra economía. Las funciones del regadío van más allá de proporcionar alimentos suficientes, sanos y de calidad a la población, y de

El riego por goteo es el más eficiente y está muy implantado en olivar y viñedo. EE



El riego localizado, con una eficiencia del 95%, ha crecido en más de 440.000 hectáreas

abastecer a la industria agroalimentaria, primer sector industrial del país. La agricultura de regadío es clave para la sostenibilidad socioeconómica del medio rural, contribuyendo a la fijación de población”, afirman.

El avance ha sido posible gracias a un importante esfuerzo industrial. Sólo la Sociedad Estatal de Infraestructuras Agrarias (SEIASA) ha modernizado desde 1999, un total de 542.617 hectáreas, con una inversión global de 1.934 millones de euros, que ha beneficiado a 193.619 regantes en 281 obras terminadas.

En este periodo, mediante la concurrencia y el esfuerzo de las Administraciones y de los regantes ha sido posible actuar sobre un total de 1.470.000 hectáreas. Ello ha llevado parejo un enorme esfuerzo económico del sector y la inversión de unos 3.000 millones de euros por parte de todas las administraciones implicadas.

Pero si la modernización de regadíos ha sido fundamental en la mejora de la agricultura española, su papel es todavía más trascendental ante los

La modernización de regadíos avanza

Reparto del regadío por Comunidades

CCAA	SUPERFICIE REGADÍO (HA)	TOTAL SUPERFICIE CULTIVO (HA)	SUPERFICIE GEOGRÁFICA (HA)	SUP. REGADÍO/SUP. CULTIVO (%)	SUP. REGADÍO/SUP. GEOGRÁFICA (%)
 Galicia	17.364	369.077	2.957.557	4,70	0,59
 Asturias	599	24.954	1.060.354	2,40	0,06
 Cantabria	463	6.987	532.944	6,63	0,09
 País vasco	8.305	82.510	723.296	10,07	1,15
 Navarra	101.934	329.004	1.039.038	30,98	9,81
 La Rioja	41.813	157.542	504.503	26,54	8,29
 Aragón	408.996	1.791.074	4.772.040	22,84	8,57
 Cataluña	261.440	822.681	3.210.613	31,78	8,14
 Balears	19.753	166.301	499.170	11,88	3,96
 Castilla y León	448.680	3.557.687	9.422.372	12,61	4,76
 Madrid	20.350	207.181	802.749	9,82	2,54
 Castilla-La Mancha	553.969	3.709.967	7.946.100	14,93	6,97
 C. Valenciana	291.798	643.855	2.325.913	45,32	12,55
 Murcia	190.027	474.640	1.131.387	40,04	16,80
 Extremadura	281.059	1.077.728	4.163.442	26,08	6,75
 Andalucía	1.102.144	3.548.596	8.758.808	31,06	12,58
 Canarias	25.590	43.907	744.510	58,28	3,44
 Total general	3.774.286	17.013.689	50.594.796	22,18	7,46

Evolución de los sistemas de regadío.

TIPOS DE REGADÍO	SUPERFICIE (HA)											2017/ 2018	VAR. (%)
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2017		
Gravedad	1.082.604	1.064.248	1.043.704	1.031.669	1.020.245	1.004.782	986.463	978.264	943.203	926.585	908.075	-2,00	-9,93
Aspersión	469.868	479.697	470.758	497.794	541.150	529.215	557.935	558.834	549.668	570.360	560.177	-1,79	7,21
Automotriz	257.654	265.897	262.161	284.714	297.149	298.169	304.254	306.272	311.676	318.695	317.509	-0,37	9,24
Localizado	1.548.043	1.591.616	1.628.705	1.658.317	1.662.847	1.707.576	1.756.139	1.792.985	1.850.869	1.917.892	1.988.525	3,68	16,19
Otros sistemas y sin información	16.463	19.847	2.625	979	1.225	816	330	164	-	163	-	-100,00	-100,00
Total	3.374.632	3.421.305	3.407.953	3.473.474	3.522.615	3.540.560	3.605.121	3.636.519	3.655.417	3.733.695	3.774.286	1,09	6,70

Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

elEconomista

desafíos medioambientales a los que nos enfrentamos. Según apuntan desde el Ministerio de Agricultura, "el crecimiento de la demanda global de alimentos llevará consigo una demanda específica de agua y energía provocando que el sector agroalimentario ejerza una importante presión sobre el medio natural. La modernización de regadíos constituye una respuesta estratégica integral

en el ámbito del agua, suelo y biodiversidad para conseguir el equilibrio entre la intensificación sostenible de la producción alimentaria de calidad y la mitigación de los efectos producidos por el cambio climático".

Para la Federación Nacional de Comunidades de Regantes (Fenacore), las políticas tienen que estar enfocadas a la culminación de la

Beneficios económicos y ambientales

-Reduce la erosión. La capa vegetal que genera los campos puestos en regadío evita el avance de la desertificación, ya que retiene las partículas del suelo. El aumento del contenido en materia orgánica y el sistema radical de las plantas fijan la estructura del terreno evitando su desmoronamiento.

-Aporta oxígeno. Las plantas emiten grandes cantidades de oxígeno a la atmósfera gracias a su función clorofílica. La actividad fotosintética de las plantas puestas en regadío se incrementa por lo que también lo hace el aporte de oxígeno a la atmósfera.

-Consumo dióxido de carbono. Ligado al punto anterior, la función clorofílica de las plantas consume una gran cantidad de CO₂, lo que se traduce en un eficaz aliado contra el pernicioso efecto invernadero.

-Efecto multiplicador en la economía: Una hectárea de regadío produce seis veces más que una de secano; la renta para el agricultor es cuatro veces superior y es el soporte a la industria agroalimentaria.

· Permite diversificar los cultivos y aumenta la productividad. La diversidad de los cultivos resulta mucho más elevada y la productividad es mucho mayor en zonas puestas en regadío que en secano. Asimismo, aumenta el valor de las tierras.



modernización de los sistemas de riego, de manera que se continúe incrementando la eficiencia del binomio agua-energía pero a la vez se debe disponer de las infraestructuras necesarias para tener agua garantizada, poder amortizar los costes de estas infraestructuras y sobre todo poder mitigar también los efectos negativos del cambio climático, reduciendo los daños de las inundaciones y pudiendo disponer de agua en los periodos de sequía.

Cobertura del 94%

Por cultivos, los cereales son el grupo con mayor superficie de regadío (889.411 ha - 23,57 por ciento) seguidos por olivar (818.505 ha - 21,69 por ciento) y viñedo (389.553 - 10,32 por ciento).

El riego localizado está especialmente implantado en cultivos como el viñedo y el olivar, donde la cobertura alcanza el 94 por ciento. Es también ampliamente mayoritario en frutales, tanto cítricos como no cítricos, por encima del 80 por ciento, mientras que en hortalizas -incluidos los invernaderos- alcanza el 57,38 por ciento.

3.000

La inversión de las administraciones en las dos últimas décadas ha sido de 3.000 millones

El riego por aspersión es mayoritario en los tubérculos, como patatas y remolacha. También es relevante en otros cultivos herbáceos como leguminosas, industriales y cereales donde supone más del 30 por ciento de sus superficies de regadío. Mientras, el riego automotriz es preponderante en leguminosas y cultivos industriales, con el 39,64 por ciento y 22,85 por ciento respectivamente de la superficie regada de estos grupos de cultivo.

La superficie regada por gravedad se localiza mayoritariamente entre las Comunidades Autónomas de Aragón (20,31 por ciento), Andalucía (18,71 por ciento), Cataluña (13,73 por ciento) y Castilla y León (12,78 por ciento) debido fundamentalmente a la presencia en estas comunidades de los cultivos herbáceos. Otras comunidades donde este sistema es también importante son Extremadura (9,90 por ciento) y Comunidad Valenciana (9,26 por ciento).

El riego por aspersión se concentra mucho más que el de gravedad encontrándose en las Comunidades Autónomas de Castilla y León (27,70 por ciento), Aragón (21,55 por ciento), Castilla - La Mancha (18,11 por ciento) y Andalucía (11,79 por ciento). En su conjunto representan el 79,15 por ciento de la superficie regada por aspersión en toda España.

CUATRO AÑOS DEL ACUERDO LÁCTEO: UNA CRISIS QUE NO ACABA

Las medidas introducidas dejan algunos resultados positivos, pero no han sido suficientes para mejorar los precios, evitar el cierre de explotaciones y garantizar el relevo generacional en un sector con escasa rentabilidad. Los productores de leche reclaman más acciones

EVA SERENO

El 23 de septiembre de 2015 se firmó el *Acuerdo para la estabilidad y sostenibilidad de la cadena de valor del sector de vacuno de leche* en el Ministerio de Agricultura entre diversas entidades como Cooperativas Agro-Alimentarias, la Federación de Industrias Lácteas (FENIL), asociaciones de la distribución y ASAJA y UPA. El sector ganadero estaba en un momento crítico. El aumento de la producción en la UE por el fin de la cuota láctea, la prórroga del embargo ruso y la caída de las exportaciones de productos lácteos a China, situaron los precios por debajo de los costes de producción.

Cuatro años después, el balance es desigual. Para el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha habido una mejora en la contratación y de 15 de las 128 entidades adheridas al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria tienen relación con el sector lácteo. Además, se ha conseguido valorizar la leche y se han ido implementando algunas medidas. Por ejemplo, desde febrero de este año la obligación de indicar el origen de la leche y los productos lácteos.

En el sector, sin embargo, el balance del sector sobre este acuerdo es distinto, aunque algunos avances se han conseguido, no se han resuelto los grandes problemas que afectan al sector lácteo: los bajos precios de los productores y la desaparición de explotaciones, con una media de dos granjas de vacuno al día y entre una y dos de ovino/caprino diarias. Una situación que ha llevado a que el futuro del sector esté en entredicho porque la falta de

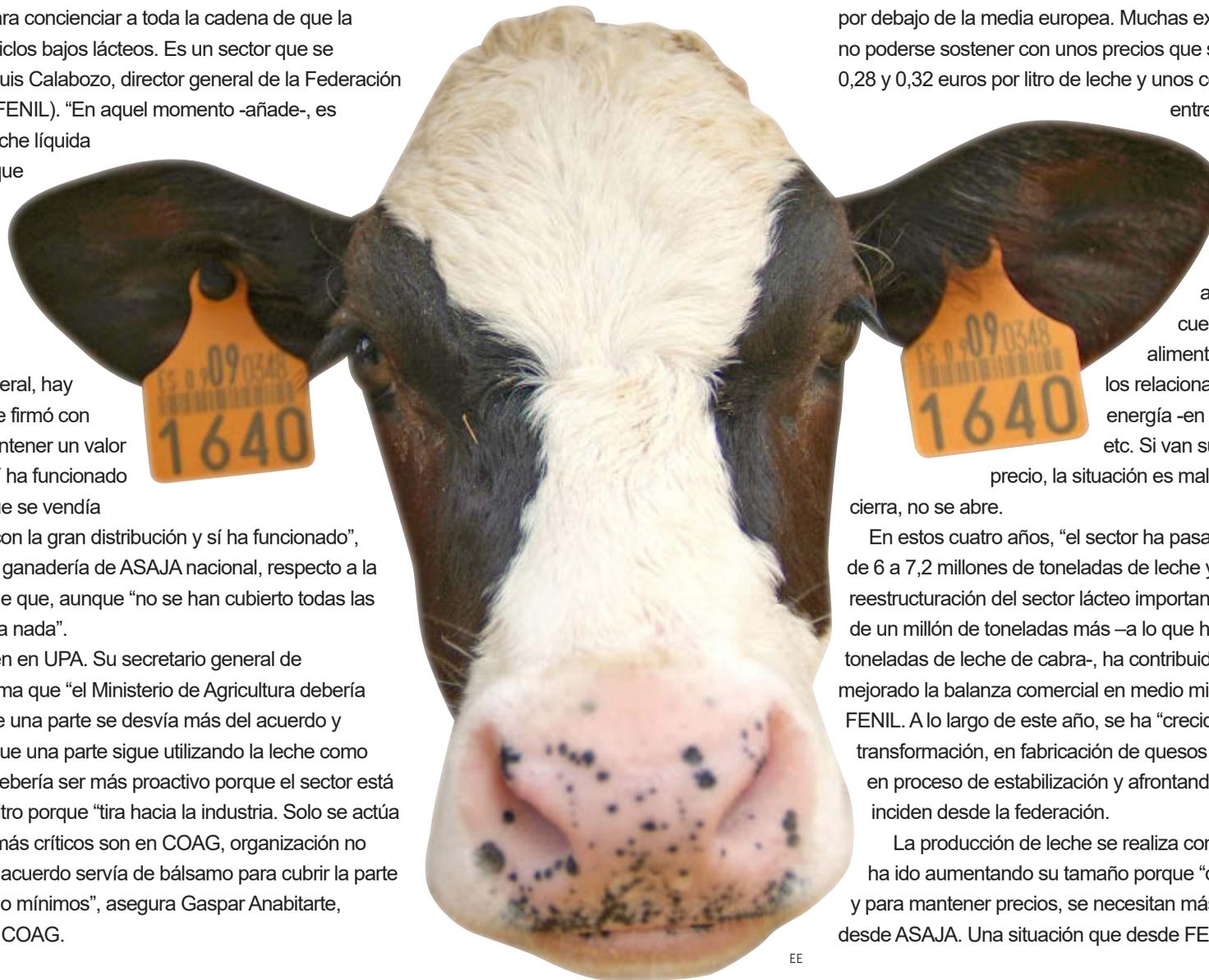
rentabilidad y de atractivo dificulta la incorporación de jóvenes y, por lo tanto, el relevo generacional.

“Independientemente de que todos aspiramos a más, el acuerdo fue positivo a falta de instrumentos más potentes para tratar de evitar la volatilidad de los precios de la leche. En plena crisis, cuando bajaron mucho en Europa, logramos poner cierta estabilidad para evitar que esta bajada fuera lo suficientemente grande para destruir tejido productivo e industrial, que sería viable y necesario. Ha servido para concienciar a toda la cadena de que la sostenibilidad es importante en ciclos bajos lácteos. Es un sector que se enfrenta a ciclos”, ha explicado Luis Calabozo, director general de la Federación Nacional de Industrias Lácteas (FENIL). “En aquel momento -añade-, es verdad que se refería solo a la leche líquida y, hoy, hay que tener en cuenta que uno de los factores que dificulta la creación de valor es el sector de quesos. Creemos que es un buen ejemplo para seguir extendiéndolo no solo a la leche, sino a los quesos”.

En el sector ganadero, en general, hay cierto desencanto. “El acuerdo se firmó con una idea o expectativas para mantener un valor grande en el vacuno de leche. Sí ha funcionado el protocolo para casos en los que se vendía leche barata. Se ha contactado con la gran distribución y sí ha funcionado”, explica Pablo Rincón, técnico de ganadería de ASAJA nacional, respecto a la banalización del producto y añade que, aunque “no se han cubierto todas las demandas, “es mejor tener esto a nada”.

Satisfacción moderada también en UPA. Su secretario general de Ganadería, Ramón Santalla, afirma que “el Ministerio de Agricultura debería involucrarse más porque siempre una parte se desvía más del acuerdo y tenemos una Distribución en la que una parte sigue utilizando la leche como producto reclamo. El Ministerio debería ser más proactivo porque el sector está debilitado” y ser un auténtico árbitro porque “tira hacia la industria. Solo se actúa si lloras en el campo”. Y mucho más críticos son en COAG, organización no firmante. “No ha sido efectivo. El acuerdo servía de bálsamo para cubrir la parte mediática, pero el sector está bajo mínimos”, asegura Gaspar Anabitarte, responsable del sector lácteo de COAG.

Se ha pasado de 24.000 ganaderos en 2008 a los 14.000 actuales, según Asaja



Los efectos del acuerdo apenas se han notado en lo referente a la revalorización del precio. Tan solo se notó al principio y desde el año 2006 al 2018, se ha registrado una subida del 6 por ciento. Esto hace que el sector “no cubra objetivos y se cierren explotaciones”, habiendo pasado de 24.000 ganaderos en 2008 a los cerca de 14.000 actuales, con una disminución anual de en torno al 5 por ciento, expone el técnico de ASAJA, quien señala que “se perciben precios en origen que están entre un 7 por ciento y un 13 por ciento por debajo de la media europea. Muchas explotaciones caen por pérdidas” al no poderse sostener con unos precios que se mueven en una horquilla de entre 0,28 y 0,32 euros por litro de leche y unos costes de producción que se sitúan entre los 0,34 y 0,37 euros, según datos de las organizaciones agrarias.

“Se han estabilizado los precios, pero no siempre debe hacerse a la baja”, inciden desde UPA, organización en la que abogan por su subida y por tener en cuenta la inflación anual. “Los costes de alimentación no han subido mucho, pero los relacionados con salarios, seguridad social, energía -en torno al 30 por ciento-, combustible, etc. Si van subiendo y, si no se compensa con el precio, la situación es mala”. De hecho, explotación que se cierra, no se abre.

En estos cuatro años, “el sector ha pasado de una producción de alrededor de 6 a 7,2 millones de toneladas de leche y se ha permitido enfocar una reestructuración del sector lácteo importante en el que, produciendo alrededor de un millón de toneladas más –a lo que hay que añadir un millón de toneladas de leche de cabra-, ha contribuido a sustituir las importaciones. Ha mejorado la balanza comercial en medio millón de toneladas”, añaden desde FENIL. A lo largo de este año, se ha “crecido en producción primaria y en transformación, en fabricación de quesos y productos lácteos. El sector está en proceso de estabilización y afrontando ciclos lácteos, que son volátiles”, inciden desde la federación.

La producción de leche se realiza con menos explotaciones en las que ha ido aumentando su tamaño porque “con lo que deja el precio de la leche y para mantener precios, se necesitan más cabezas de ganado”, señalan desde ASAJA. Una situación que desde FENIL matizan que se está

produciendo en toda Europa: “es verdad que este proceso de reestructuración constante es un fenómeno europeo y global con explotaciones que permitan una gestión empresarial y calidad de vida equiparable a otros sectores”. Un modelo muy criticado por COAG, que considera que “desaparecen las granjas y aparece el modelo industrial, llenándose la “España Vacía con macrogranjas y con trabajadores inmigrantes porque los sueldos son míseros”.

Sin embargo, también se están produciendo cierres de explotaciones de tamaño medio por la falta de relevo generacional al ser un sector que los propios ganaderos definen como “esclavo” porque se trabaja los 365 días del año. Esto unido a la falta de rentabilidad, dificulta la incorporación de los jóvenes e, incluso, la contratación de trabajadores porque los salarios no son altos.

Los activos a su vez disminuyen por la edad. “A los 60 años, te cansas de luchar y, como el sector no tiene latido, los jóvenes no se incorporan. El precio es tan minúsculo que no se pagan las horas que se hacen”, afirman desde COAG. “No hay expectativas -asegura Ramón Santalla de UPA- y es un sector que no da margen, falta calidad de vida y, aunque cierra una explotación y crecen otras, la producción empezará a caer. El aumento de las vacas va a caer porque hay un déficit estructural de mano de obra. No se encuentran trabajadores ni cualificados ni sin cualificar. Y, aunque no va a faltar leche en el mercado, se precisan soluciones menos cortoplacistas. “Se necesita que se pueda vivir”.

Mejores precios en la ecológica

Y, aunque los precios son algo más elevados en la leche ecológica, no es una solución para todo el sector, al menos, de momento. En España, el consumo de productos ecológicos es bajo -del 0,3 por ciento- en comparación con la media europea (3 por ciento) y la de países como Alemania (10 por ciento). Este escaso porcentaje español hace que haya mucho margen de mejora, pero no hay que olvidar que “el consumidor tiende a comprar lo más barato. Tiene que ser consciente del precio a pagar”, matizan desde UPA.

Tampoco es la panacea que las explotaciones elaboren quesos y otros productos lácteos, porque son sectores que los ganaderos desconocen, aunque en el “Norte de España están brotando iniciativas” que, para que tengan más viabilidad y posibilidades de futuro, se requiere de una mayor flexibilidad de las normativas de venta directa, que “están lejos de las de Francia o de Europa”, explican desde COAG.

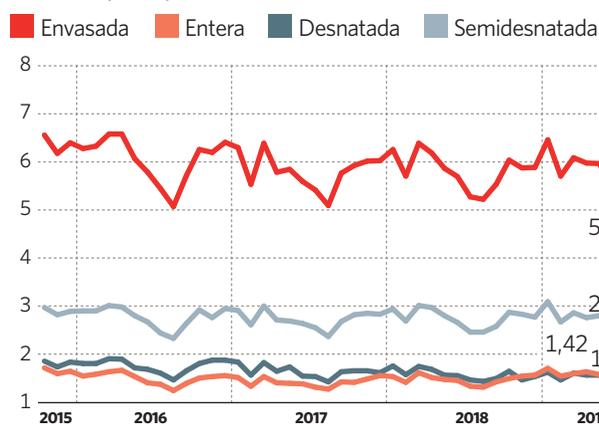
El sector coincide en que se debe avanzar en el acuerdo y hacer un mayor seguimiento. Mientras desde FENIL se aboga por extenderlo también a productos como los quesos, desde ASAJA se propone revisar el acuerdo el año

Cuatro años del acuerdo lácteo

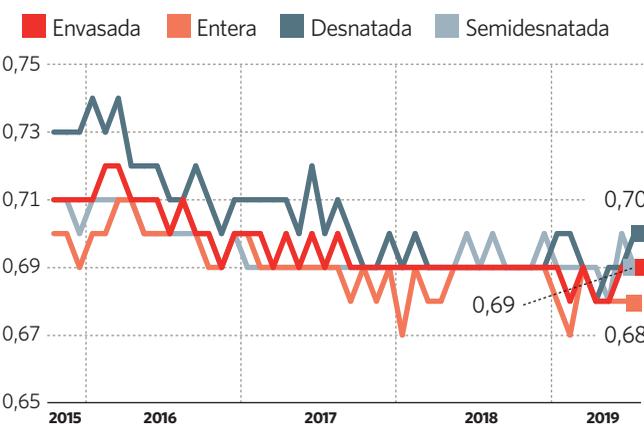
Evolución de la leche envasada (incluye entera, desnatada y semidesnatada)



Consumo per cápita de leche (litros)



Precio medio (euros/litros)



Fuente: Ministerio de Agricultura.

elEconomista

“Ha funcionado para acabar con la venta de leche a bajos precios en la distribución”

que viene con el fin de impulsar el sector. “Lo principal es hacer ver a la gran distribución y a la Administración que el vacuno no puede continuar con estos precios porque es la ruina y su desaparición. Es necesario que se fije un precio en origen razonable para hacer viable el futuro. Si hubiera voluntad política, el problema tendría más fácil solución”, que pasa a su vez porque productos como quesos y yogures, que son de alta calidad, no se usen en la gran distribución como elemento de atracción de clientes, expone su técnico.

Hacer más transparente cómo se fija el precio de la leche y con criterios objetivos e indicadores, así como un correcto etiquetado indicando el origen y

para que el consumidor tenga toda la información, son otras de las medidas que se reclaman, al igual que es preciso “un cambio de paradigma porque nos condiciona el cambio climático, el bienestar animal, la salud de los alimentos, etc. Los productores tenemos la opción de las cooperativas -pocas han dado respuesta-, para generar con ellas un sector nuevo. Pero esto está muy débil”, asevera Gaspar Anabitarte de COAG.

Costes ambientales

Los ganaderos también piden que no recaigan sobre ellos todos los costes relacionados con la legislación ambiental y de bienestar animal, que encarece la producción. Una situación que a su vez hace que el sector lácteo sea menos competitivo porque países de fuera de la Unión Europea no están sujetos a estas normativas. “No se puede cuidar el medioambiente y al agricultor pagarle mal. El Gobierno central y los autonómicos, la industria y la distribución deben saber que tener explotaciones en el medio rural es necesario. Mueven la economía y mantienen el medio rural vivo. La mejor forma de sostenerlo es la actividad económica. Se cargan costes a las explotaciones, pero no se puede pedir más por menos cuando no llegas a fin de mes”, añaden desde UPA.

“Las explotaciones si son rentables crean puestos de trabajo y fijan población”, reafirman desde ASAJA. Además, el sector tiene una buena baza para hacerse valer: los pastos. “En Europa dan primas -algunas importantes-, a la leche producida con pastos”, apuntan desde COAG. Su puesta en valor sería una solución, sobre todo, para la Cornisa Cantábrica, que es la que “se desangra. Es una leche de más calidad, se garantiza el bienestar animal” y también juega a favor de la lucha contra el cambio climático porque “el pasto es uno de los sumideros de carbono más importantes. Es una herramienta para dar respuesta a lo que pide la sociedad”, concluye Gaspar Anabitarte.

Pero, además, también hay que trabajar por recuperar el consumo de productos lácteos, que ha caído un 6,1 por ciento en los últimos 20 años y un 10 por ciento el de la leche líquida desde 2010 a 2018. Un descenso que se ha producido a pesar de que el cien por cien de los hogares españoles compra productos lácteos, pero lo hacen con menos frecuencia y menor volumen de compra. El estudio realizado por el sector refleja que 6,4 millones de hogares del total de 17 millones son responsables del 42 por ciento de esta disminución del consumo. Son hogares con hijos de siete a 17 años y jóvenes independizados de sus familias. Además, siete de cada diez pensaban que tenían el mismo consumo o más.



El sector advierte de que no se puede continuar con los actuales precios. EE



JESSE BARANDIKA

Presidente de la Sociedad Española de Ovinotecnia y Caprinotecnia (SEOC)

RAFAEL DANIEL

Jesse Barandika es desde septiembre presidente de la Sociedad Española de Ovinotecnia y Caprinotecnia (SEOC), una institución cuyo objetivo es promover la investigación y difundir el conocimiento sobre los pequeños rumiantes. Tras unos años como veterinario clínico en Castilla y León, se incorporó en 1999 a NEIKER, uno de los más activos y prestigiosos centros tecnológicos del sector agroalimentario, donde se ha centrado en la vigilancia, diagnóstico y control de las enfermedades que afectan a este tipo de ganadería. Barandika defiende el salto tecnológico que ha dado el sector “mucho mayor que otros” y advierte que la expansión de especies como el lobo amenaza la continuidad de esta actividad ganadera en muchas comunidades.

¿Por qué decide concurrir a la Presidencia de SEOC?

Realmente he pertenecido como vocal a la Junta Directiva de SEOC durante ocho años, correspondientes a dos legislaturas que fueron presididas por María Jesús Alcalde. Durante estos años desde SEOC se han llevado a cabo diversas actividades, y también se han ido planteando nuevos retos y proyectos futuros, siendo uno de los más importantes e ilusionantes, la organización en el año 2021 en Sevilla del Congreso Internacional de

“En muchas comunidades, **el avance de especies predadoras está dificultando la continuidad del ovino**”

Veterinarios de Ovino. Este hecho nos hizo dar el paso para presentar nuestra candidatura en el proceso electoral que tuvo lugar en septiembre durante el congreso de SEOC.

¿Están el ovino y el caprino reconocidos suficientemente desde el punto de vista económico, social y medioambiental?

No, me parece que bajo ninguno de esos puntos de vista está suficientemente reconocido. Por ejemplo, en el apartado económico, los precios de los productos que comercializan los ganaderos apenas han variado durante años, mientras que el coste de todo lo que necesita para producir -alimentos, energía, instalaciones, etc.- se ha incrementado mucho. En el social y medioambiental, que podrían considerarse en su conjunto, tampoco se valora como se debiera. Con el problema que existe hoy en día de despoblamiento del mundo rural, este tipo de ganadería permite fijar población en estos lugares; también han contribuido históricamente a mantener los paisajes que podemos disfrutar en nuestros montes y campos, y, sin embargo, la introducción y/o avance de ciertas especies animales predatoras de los pequeños rumiantes domésticos, están dificultando en muchas regiones su continuidad.

¿Se está dando prioridad a la expansión del lobo frente a la ganadería? ¿Como se pueden reconciliar ambas cosas?

Me gustaría pensar que no es así, que lo que se pretende es la coexistencia de ambos, lo cual me parece que va a ser bastante complicado. La reconciliación la veo muy difícil, lo que se puede hacer es paliar la situación, y para ello una medida sería la indemnización de los daños que causan a la ganadería. Cuando se habla de daños, se deben incluir los inmediatos -muerte, desaparición, etc.-, como los que surgen posteriormente -pérdida de producción, abortos, etc.-. También habría que reparar otros daños y gastos que sufre personalmente el ganadero -estrés, tiempo, veterinario, etc.-. Aun con esto, son muchos los ganaderos que lo que priorizan es el bienestar de sus animales, que no quieren verlos sufrir, por lo que optan por no acudir con su ganado a zonas en las que el lobo está presente.

El consumo de carne de cordero bajó en 2018. ¿Cómo se puede romper una tendencia que viene de largo?

Los hábitos de la población han cambiado mucho en pocos años, afectando también a la cultura gastronómica. Cada vez se pasa menos tiempo



EE

“El sector del ovino no está suficientemente reconocido socialmente”

“Para que los jóvenes se queden tiene que haber rentabilidad”

“El avance tecnológico ha sido mucho mayor que en otros sectores”

cocinando, y la carne de cordero mayoritariamente se consume asada por lo que está repercutiendo en la cantidad consumida. Hay que dar a conocer al consumidor que esta carne se puede consumir, y que además está igual de rica, cuando se cocina de otras formas más sencillas, como por ejemplo en barbacoa. También está el formato de producto precocinado, que reduce el tiempo necesario para su preparación en los hogares. Es necesario hacer campañas publicitarias que informen al consumidor de las distintas opciones que hay para consumir estos productos. También está el sistema educativo, en los comedores escolares no se incluye este tipo de carne en los menús que reciben los niños, incluso en las regiones con una mayor tradición de producción de esta carne. Si se enseña a los niños a comer cordero en las escuelas, es muy probable que luego lo demanden en sus hogares.

Hay una ofensiva contra el consumo de carne. ¿Es la carne de cordero un producto saludable?

La carne, entre ellas la del cordero, aporta unos nutrientes esenciales -proteínas, vitaminas y minerales- para nuestro organismo. También es cierto que es una fuente de grasas saturadas por lo que no se debe abusar en su consumo, situación muy lejana de la realidad, aunque también aporta grasas buenas, que tienen un efecto saludable. El balance entre lo positivo y negativo que pudiera tener la carne de cordero, está inclinado claramente del lado positivo.

A las puertas del 'Brexit', ¿Se abren nuevas oportunidades para nuestro país en la UE?

La salida del Reino Unido de la UE en teoría podría beneficiar a terceros países, entre ellos a España, pero creo que tampoco hay que crearse demasiadas expectativas. De hecho, nuestro país, aun siendo un gran productor de cordero, también importa de países ajenos a la UE. Tampoco sabemos cómo quedarán las relaciones comerciales de la UE con el Reino Unido. Además, hay que tener en cuenta que los corderos que ellos producen son mucho mayores en edad y peso que los que producimos nosotros, son productos muy diferentes que tienen mercados diferentes, por lo que, para ocupar el posible espacio creado, hay que cambiar el criterio de consumo del sector que demanda esos productos.

En el congreso recién celebrado en Córdoba han pedido el etiquetado obligatorio para las importaciones de carne de fuera de la UE.



¿Competimos en desigualdad de condiciones?

No creo que debamos plantearnos si competimos en desigualdad con otros países ajenos a la UE. Las condiciones y requisitos que se exigen aquí permiten dotar a nuestros productos de muchas garantías que el consumidor demanda cada vez más. Lo que sí que se debe hacer es exigir que los productos que se importan de terceros países cumplan con estas garantías, y el etiquetado puede ayudar a mostrar que se cumple con ello.

El sector se ha identificado tradicionalmente con un cierto retraso.

¿Está la tecnología abriéndose paso?

Al igual que anteriormente mencionaba que no era un sector reconocido socialmente, en este aspecto ocurre otro tanto. En los últimos años, el avance tecnológico que ha llevado a cabo el sector ha sido enorme, la velocidad probablemente ha sido mayor que en otros sectores, si bien es cierto que se partía de una situación mucho más precaria. Actualmente los

“La carne de cordero aporta nutrientes esenciales al organismo”

“Los productos importados deben cumplir las mismas garantías”

pequeños rumiantes tecnológicamente no están tan distantes de otros sectores ganaderos.

Uno de los principales problemas del sector es el relevo generacional.

¿Cómo se puede afrontar?

Para que los jóvenes se queden en el sector, lo principal es que la rentabilidad económica de las explotaciones sea suficiente para permitir una adecuada gestión de la mano de obra, con unas jornadas y cargas de trabajo similares a la de otras empresas. También un mayor reconocimiento de la labor que realizan ayudaría.

Desde el punto de vista sanitario, ¿cuál es la situación de la cabaña?

Aquí tenemos de todo, las enfermedades que han sido objeto de campañas oficiales de saneamiento han desaparecido o las prevalencias son muy bajas, aunque existe algún repunte debido al contacto con ciertas especies de fauna silvestre. Del resto de enfermedades presentes en la cabaña, aunque va mejorando la situación, el progreso no ha sido tan evidente, por lo que sigue siendo necesario implementar en las explotaciones programas sanitarios adecuados a cada una de ellas.

La reducción del uso de antibióticos es un reto en los sectores ganaderos. ¿Cómo está avanzando el ovino?

El avance en la reducción del uso de antibióticos en el sector de los pequeños rumiantes ha sido muy importante y se viene trabajando en este ámbito desde hace varios años, dentro del primer programa nacional (2014-2018).

Recientemente veíamos unas imágenes muy duras sobre maltrato animal. ¿Qué mecanismos hay para erradicar esas prácticas?

Mecanismos de vigilancia ya existen, como por ejemplo el Seprona, aunque creo que es más importante tratar de concienciar a aquellos que realicen este tipo de prácticas, que tampoco creo que sean muchos. Uno de los principales motivos que los ganaderos tienen para trabajar en este sector, es que les gustan mucho estos animales, lo cual es bastante incompatible con el maltrato. Además, cada vez son más las empresas del sector que están llevando a cabo auditorías sobre el bienestar animal en las explotaciones ganaderas que son sus proveedoras, lo cual hace, no solo que no ocurran estas situaciones, sino que además se está produciendo cada vez más en unas condiciones más favorables para los animales.

Porque su negocio se la merece

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



B Sabadell





David Palacios, reelegido presidente de los consejos reguladores vitivinícolas

La Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas (CECRV) ha reelegido a David Palacios como presidente para los próximos cuatro años durante las elecciones que han tenido lugar en el marco de la Asamblea General celebrada en la localidad gallega de Monforte de Lemos, en el corazón de la Ribeira Sacra.

Palacios, también presidente de la DO Navarra, fue elegido con una participación de cerca del cien por cien del censo electoral, para encabezar la Junta Directiva formada por doce consejos reguladores que también han sido votados en el mismo proceso.

"Afronto una nueva etapa con entusiasmo y asumiendo la responsabilidad que ello conlleva. Eso sí, con el respaldo de las denominaciones de origen que caminamos unidas hoy más que nunca para luchar juntas por los mismos objetivos en beneficio de todo el sector", apuntó el presidente tras su investidura. De cara al futuro, Palacios seguirá trabajando por "reforzar el valor de las denominaciones de origen como garantía de calidad para el consumidor".



Dcoop entrega los XXIII Premios a la Calidad del Aceite de Oliva

Dcoop ha entregado sus XXIII Premios a la Calidad con los que distingue a las almazaras asociadas y a sus olivares por haber obtenido los mejores aceites en distintas categorías. Al acto asistió el presidente de la Junta de Andalucía, Juan Manuel Moreno Bonilla, que estuvo acompañado del alcalde de Antequera, Manuel Barón, el consejero de Presidencia, Elías Bendodo y, la viceconsejera de Agricultura, Ana María Corredera Quintana.

Estos premios constituyen el certamen mundial en el que mayor número de aceites de oliva vírgenes participa. En total, han sido 5.544, un 48 por ciento más que en la anterior edición, las muestras entre las que se ha seleccionado el aceite de oliva virgen extra con mejor puntuación, así como la bodega clasificada con la mejor media de calidad de sus aceites producidos en la pasada campaña.

Las cooperativas premiadas han sido Nuestra Señora del Rosario de Humilladero, Oleoalgaidas, Nuestra Señora de la Fuensanta; Nuestra Madre del Sol; Nuestra Señora de Araceli; San Isidro, Purísima Concepción y Santa Ana.



Grupo Arbos nombra a Nicola Franco director general de su filial ibérica

Cambio en la directiva de ARBOS Ibérica. A partir de noviembre de 2019, Nicola Franco será el director general de la filial Ibérica del Grupo ARBOS, empresa de maquinaria agrícola. Según la compañía, este nombramiento tiene por objeto consolidar y potenciar las actividades de ARBOS en España y Portugal, tras la fase de puesta en marcha y desarrollo iniciada en 2017.

Franco cuenta con una amplia experiencia en el sector de la maquinaria agrícola y lleva trabajando más de 14 años en el mercado español. Con formación directiva en Administración y Dirección de Empresas, adquirida en la escuela IESE Business School de Barcelona, ha ocupado varios puestos directivos en Italia y en España. De todos ellos, cabe destacar su cargo en Maschio Gaspardo Ibérica, empresa de la que fue director general durante nueve años. Ahora, se encargará de desarrollar e implementar un plan de negocio diseñado para potenciar el liderazgo y la rentabilidad del proyecto en España y Portugal con el fin de consolidarse, el desarrollo de red y el continuo crecimiento de la marca.

CAJAMAR SIEMPRE DESARROLLO SOSTENIBLE

ENERGÍA FOTOVOLTAICA

LÍNEAS DE FINANCIACIÓN PARA ADQUISICIÓN E INSTALACIÓN DE FUENTES DE ENERGÍA SOSTENIBLES

⚡ SOLICITA UN PROYECTO ⚡ TRAE TU PRESUPUESTO ⚡ SOLICITA TU LÍNEA ⚡ DISFRUTA Y AHORRA

**SOSTENIBILIDAD EN NUESTRO CAMPO
...Y MUCHO AHORRO**



Consulta en nuestras oficinas.

Financiación sujeta a los requisitos y criterios de concesión de riesgo de la entidad.

Alianza Rural reunió a políticos y expertos en la Jornada sobre cambio climático y despoblación. EE



FRENTE CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO Y LA DESPOBLACIÓN

Alianza Rural, la plataforma que aglutina a diversos colectivos del campo, quiere situar a agricultores y ganaderos en el centro de la solución en la lucha contra el calentamiento global o la España vacía

R. DANIEL

El mundo rural no quiere ser un convidado de piedra en el debate sobre despoblación y cambio climático. Alianza Rural, la plataforma que se creó hace seis meses y que aglutina a agricultores, ganaderos, cazadores o mujeres rurales para reclamar la visibilidad y la dignificación del campo, quiere también aportar su granito de arena para contribuir a solucionar dos de los principales desafíos a los que se enfrenta la sociedad española. En este contexto, convocó a expertos y partidos políticos para abordar las soluciones que desde el campo se pueden plantear.

“Necesitamos un trato diferente del que hemos recibido hasta ahora, que nos miméis, que es la mejor garantía de que haya población en los pueblos, de luchar contra el cambio climático y de trabajar por la conservación», aseguró Carlos Núñez, presidente de la Unión de Criadores de Toros de Lidia. En la misma línea, Pedro Barato presidente de Alianza Rural y de Asaja, reconoció que “necesitamos hacernos oír por los partidos”. A ellos, el presidente de Feagas, José Luis Urquijo, pidió que cuenten con el sector “antes de tomar decisiones sobre el campo hechas desde el posible desconocimiento de la ciudad”.

El mensaje iba dirigido a Ángel López (VOX), Márian Adán (Cs), Alejandro Alonso (PSOE) y Milagros Marcos (PP) que participaron en una mesa redonda sobre despoblación, cambio climático y medio ambiente, PAC y medidas socio económicas en el mundo rural, junto a Carlos Núñez Dujat des Allymes, Antonio García Ceva, Lola Merino, José Luis López Schümmer y José Luis Urquijo y Narváez, representantes de los sectores de agricultura, ganadería, caza, forestal y mujeres rurales. Al acto, que estuvo conducido y presentado por el director de Onda Agraria (Onda Cero) Pablo Rodríguez, asistieron también como oyentes la vicesecretaria del PP, Isabel García Tejerina, y el presidente de Vox, Santiago Abascal.

Antes, le tocó el turno a los expertos. Joaquín Manuel Rodríguez Charparro, vocal asesor de la Secretaría General de Agricultura y Alimentación del MAPA, fue claro al asegurar que el cambio climático es algo “inequívoco” que está afectando a la agricultura. No sólo por los efectos que tendrán el aumento de las temperaturas, la elevación del nivel del mar o la reducción de las precipitaciones, sino porque está atacando a “la biodiversidad, que es lo que permite la seguridad alimentaria y la subsistencia del medio rural”.

“El cambio climático amenaza la biodiversidad y la pérdida de la biodiversidad amenaza a la agricultura”, afirmó categórico este experto, que aseguró que el 84 por ciento de los cultivos dependen de la polinización lo que, traducido a términos económicos, suponen unos 15.000 millones de euros. “Con el cambio climático las plagas se han multiplicado y se utiliza más fitosanitarios que afectan a los polinizadores”.

El cambio climático también tendrá efectos sobre la producción del ganado, que va a sufrir estrés por calor y va a necesitar más sombra y más agua. También se va a ver afectado por menos y peores pastos. En agricultura va a haber cambios en los periodos de floración y en los periodos de siembra.

La despoblación y el cambio climático se han convertido en dos de los grandes problemas de la sociedad española que inciden directamente en el campo. EE

28 de octubre de 2019

Jornada sobre Cambio Climático y Despoblación
Visión del Sector y de los Partidos Políticos

Alianza RURAL

Alianza Rural
Nuestro reto, tu solución.

#ElCampoEsSostenibilidad
#CuidamosElPlaneta
#GeneramosVida
#Ruralitate

Barrabés Growth Space.
C/ Ménéz Álvarez, 9, Planta 0, Madrid

11.00 A 13.30 horas

“Somos la mejor garantía de que haya población en los pueblos y contra el cambio climático”

La agricultura sufre el cambio climático, pero también contribuye a él con sus emisiones de CO₂, metano y óxido nítrico “aunque está claro que no se le puede pedir el mismo esfuerzo que a otros sectores”. Especial incidencia tiene el sector vacuno, cuya fisiología impide, como si ocurre en otros sectores económicos, descarbonizarse, pero si podrá neutralizar sus emisiones por su capacidad de sumidero de CO₂.

El sector lleva ya haciendo esfuerzos en la adaptación al cambio climático, con la utilización de renovables, maquinaria más eficiente, o la modernización de regadíos. “Estamos haciendo lo que sabemos hacer gracias al conocimiento del agricultor, pero hay que meterle tecnología como la agricultura de precisión, los drones que permiten un riego de precisión”, afirma.

Para este experto, el sector agrario tiene “enormes oportunidades” para hacer frente al cambio climático, derivadas del conocimiento de los



La jornada celebrada en la capital de España fue seguida por numeroso público. EE

agricultores, de la introducción de la tecnología y de ser el tercer país europeo con más recursos en biomasa forestal.

Entre las medidas, destacó el fomento de rotaciones de cultivos herbáceos que incluyan leguminosas y oleaginosas, el aporte de nitrógeno ajustado a la necesidad de los cultivos, el cubrimiento de balsas de purines y su vaciado frecuente, la fabricación de compost, la agricultura de conservación o la incorporación de biomasa a los suelos para evitar la erosión, aspecto éste último que destacó como una de las grandes bazas. “Si incorporásemos a nivel mundial un 0,4 por ciento de materia orgánica al suelo podríamos solucionar el cambio climático”, afirmó Rodríguez Chaparro quien advirtió que “la coherencia entre las políticas agrarias, las energéticas y las ambientales son clave para poder alcanzar un desarrollo sostenible”.

Desruralización reversible

La despoblación fue el otro gran asunto a debatir. Domingo Gómez Orea, catedrático de la UPM y presidente del Comité de Asuntos Rurales del Instituto de la Ingeniería de España, aseguró que «la desruralización es reversible», pero para ello es necesario la colaboración público-privada e iniciativas desde el ámbito local. Gómez Orea también abogó por no



El catedrático Domingo Gómez Orea durante su intervención. EE

Una ventana al campo para el mundo empresarial

■ **Faltaba el mundo empresarial, pero ya se ha empezado a incorporar. El primer acto de la plataforma de colectivos rurales contó con el patrocinio de la ‘startup’ Petrol Control y de Barrabés Growth Space, una estrategia que se quiere consolidar con nuevas incorporaciones en una especie de “suma positiva” que beneficiará a toda la sociedad. En ese sentido, Pedro Barato presentó a la Alianza Rural “como puente para el cambio social y ambiental del mundo empresarial” al que invitó a trabajar de la mano de la Alianza por la verdadera defensa frente al cambio climático.**

obcecarse en salvar todos los pueblos -hay “demasiados pueblos para tan poca población”-, sino en hacer una selección de pueblos en los que centrarse y avanzar hacia un modelo “polinucleado”.

Durante el acto, la presidenta nacional de AMFAR, Lola Merino, aportó una interesante visión sobre el papel de la mujer en estos dos problemas. En primer lugar, aseguró que asentar población en el mundo rural pasa por fijar la mirada en quienes viven y trabajan en el medio rural, y sobre todo en las mujeres. “Un pueblo sin mujeres se muere, envejece y desaparece”.

La mujer, principal víctima del cambio climático

Merino recordó además que el cambio climático afecta de manera diferente a los territorios y a las personas. “El mundo desarrollado es más responsable del cambio climático, si bien afecta de manera más drástica a los más pobres, siendo las personas más vulnerables las más desfavorecidas, y es ahí, donde entran en escena las mujeres y los niños, que encabezan los mayores porcentajes de pobreza”. Así, planteó que combatir el cambio climático va íntimamente ligado a la igualdad de oportunidades, por lo que hay que garantizar el acceso de las mujeres a la formación, a su participación en los órganos de decisión, así como a los recursos naturales.



CASTILLA Y LEÓN

tierra de sabor





ALBERTO MARTÍN

ECONOMÍA CIRCULAR: DE NECESIDAD A OPORTUNIDAD

El sector agroalimentario ve en el aprovechamiento de residuos una oportunidad para crear valor añadido y responder a un consumidor más ecológico al que también hay que alertar de los bulos

ELECONOMISTA

Las *fake-news* (noticias falsas) proliferan en materia de alimentación. El sector agroalimentario es consciente de que uno de sus retos es informar con rigor a un consumidor que ya ha decidido. Reconoce que llega tarde, pero insta a librar una batalla a través de la buena comunicación que deserte los bulos con el objetivo de influir en el cliente final a la hora de hacer la compra. Desde el sector aseguran que la estrategia de escuchar al ciudadano es del pasado y el presente pasa por influir con mensajes responsables y científicos para que el consumidor decida cuando va al supermercado. Ésta es una de las

conclusiones del Observatorio sobre *Economía Circular: hacia una agricultura más sostenible y rentable* organizado por elEconomista en colaboración con el Banco Sabadell. En el encuentro participaron José Miguel Herrero, director general de la Industria Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación; José Antonio Morante, director del Segmento Agrario de Banco Sabadell; Ferran Huguet, director general de Unió Corporació Alimentaria; Pedro Ruiz, vicepresidente de la Asociación de Industria Alimentaria de Castilla y León (Vitartis) y director general de Pago de Carraovejas; Víctor Yuste, director general de Foro Interalimentario; y Juan Sagarna, responsable del departamento de Sostenibilidad, Calidad e Innovación de Cooperativas Agroalimentarias.

José Miguel Herrero, del Ministerio de Agricultura, señaló que hay que ser proactivo informando a los consumidores del trabajo que hace el sector de la agricultura, la ganadería y la agroalimentación en España en materia de sostenibilidad para lograr la transición de una economía lineal -extracción, producción y consumo de productos- a una economía circular responsable con el medio ambiente, pero también rentable. "No se trata de escuchar al ciudadano, sino influir con otro tipo de información. Estamos llegando tarde porque actuamos sobre un consumidor que ya ha tomado una decisión", destaca. Herrero añade que hay que poner en valor a las empresas que realizan esa economía circular porque el consumidor, que demanda sostenibilidad, lo desconoce y no se siente orgulloso cuando compra un producto porque no lo sabe.

Víctor Yuste, de Foro Interalimentario, reconoce que no se está comunicando bien lo que se está haciendo. "Tenemos la actitud de justificarnos, cuando primero deberíamos llegar, explicar y que la opinión pública nos responda", aseveró. Del mismo modo, Ferrán Huguet asegura que la información sobre la manera de producir del sector agroalimentario español, no solo es importante transmitirla por unos valores medioambientales y económicos, sino también por salud. "La extracción que se hace de polifenoles de la piel de la aceituna es un antioxidante que protege de problemas cardiovasculares", pone de ejemplo.

Cambio de modelo

Desde el Banco Sabadell trabajan en acompañar a las empresas en el camino hacia la economía circular, tratando de dar una absoluta cobertura a las necesidades de los clientes y con el apoyo de la financiación para impulsar la innovación y el emprendimiento. José Antonio Morante, director del segmento



"El 46% de los desperdicios provienen de los hogares y los que más los generan son los más jóvenes"

José Miguel Herrero
Director general de la Industria Alimentaria del Ministerio de Agricultura



"La reutilización de residuos aporta beneficios económicos, medioambientales y para la salud"

Ferran Huguet
Director general de Unió Corporació Alimentaria



"En el año 2050 habrá que producir alimentos para abastecer a 10.000 millones de habitantes"

Víctor Yuste
Director general de Foro Interalimentario



"Una de las grandes herramientas es la innovación, que debe llegar al sector primario para que sea competitivo"

Pedro Ruiz
Vicepresidente de Vitartis y director general de Pago de Carraovejas



"Es obligado estar y acompañar a todos aquellos clientes que se mueven hacia una economía circular"

José Antonio Morante
Director del Segmento Agrario de Banco de Sabadell



"Las cooperativas deben ayudar a los pequeños agricultores a afrontar el cambio de modelo"

Juan Sagarna
Responsable de Sostenibilidad de Cooperativas Agro-alimentarias

agrario de la entidad, admite que hay mucha preocupación cuando miran la producción tradicional e inamovible. "No se puede seguir así, hay que cambiar sí o sí. Nosotros nos sentimos muy cómodos con nuestros clientes que buscan innovación o se mueven en ese sentido y creemos que es obligado acompañarlos", destaca.

"La economía circular es una oportunidad, pero también una obligación, no se entiende una actividad económica con el producto solo, hay más, hay reputación y sostenibilidad. Estamos obligados a aportar valor de esta manera", señaló Pedro Ruiz, de Vitartis. Juan Sagarna, aseguró que, desde las cooperativas hay que ayudar al pequeño agricultor a afrontar los retos del cambio. Sagarna destacó que España ya tiene empresas que están siendo líderes en extracción de componentes de valor añadido. "La biorefinería es ser capaz, a partir de una materia prima, de extraer todo el valor potencial de las distintas fases de ese producto. El aceite de oliva ha sido capaz de avanzar en ese concepto, fueron capaces de dotarse de una infraestructura a través de las orujeras que es capaz de extraer un residuo, ya sea el hueso de la aceituna como el orujillo seco, que se puede utilizar para consumo energético", avanza. Ferrán Huguet recordó que los recursos son limitados y aprovechar cualquier subproducto mejora los aspectos medioambientales. A su juicio, hay subproductos que no han estado bien usados cuando resultan nutritivos, altamente saludables o incluso se pueden aplicar a usos farmacéuticos o incluso construcción. Para ello, pone de ejemplo la cáscara de almendra. "Se puede utilizar como excipiente en la industria farmacéutica, como pellet para las calefacciones o, en el sector náutico, como sustitución de los paneles de teka", explicó.

Víctor Yuste llama a la necesidad de reutilizar los recursos del planeta ante su limitada vida por demanda social, por ética, pero también por necesidad. Apunta a que en 2050 habrá 10.000 millones de habitantes y se necesitará elevar un 50 por ciento la producción de alimentos para el abastecimiento de las personas. "Hay que producir más con menos y por tanto se necesitan medidas como la economía circular y contra el despilfarro, y esto último requiere cambios en todos los eslabones de la cadena alimenticia", señaló.

José Miguel Herrero apuntó que el 42 por ciento de los desperdicios se produce en el hogar y en 2019 se ha incrementado este desperdicio un 9 por ciento. Los que más lo hacen son los menores de 24 años, que



ISTOCK

“Las cáscaras de almendra se pueden aprovechar en medicamentos o para construir yates”

paradójicamente coincide con el segmento más activista en lo referente al medio ambiente. "Hay una labor muy importante de información entre los más jóvenes. Todas las semanas se van a la basura 26 millones de kilos de alimentos, el 80 por ciento, tal cual se han comprado, sin reciclar", asevera.

Juan Sagarna consideró que el punto crítico a partir del cual la distribución se complica es el envasado. "Una fruta que no se comercializa se puede reintegrar como abono, pero si se mezcla con plásticos o cartones, se complica, la tecnología debe aportar más en el futuro sobre envases biodegradables. Claro, lo mejor es que el consumidor sea sensato, pero si lo acaba tirando a la basura, debería poder ser biodegradable", apuntó.

Integrar toda la cadena

Pedro Ruiz, de Vitartis, llamó a la necesidad de integrar al usuario en la economía circular para que también consuma de forma responsable. "La economía circular es volver a darle sentido común a la economía y una de las grandes herramientas para lograrlo es la innovación, que debe llegar también al sector primario y sus infraestructuras para que sea competitivo", dice. José Antonio Morante, de Sabadell, señaló que desde el banco colaboran con el IRTA (Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentaria) para ir de la mano de "quien sabe". "Para nosotros la financiación es un complemento a la innovación. Nosotros creamos un producto financiero que se llama 360º en el que se pone al cliente en medio e intentamos darle absoluta cobertura como si fuéramos su compañero de viaje. En el caso de las *startups*, hacer una línea de apoyo es como financiar una buena idea", explicó. Asimismo, Morante añade que desde la entidad se está haciendo el esfuerzo de acompañar la

parte financiera a una realidad del producto. Por otro lado, el papel de la Administración también es clave para impulsar la economía circular.

Sagarna, responsable del departamento de Sostenibilidad, Calidad e Innovación de Cooperativas Agroalimentarias, consideró que hay una deficiencia importante en las agendas de los que toman las decisiones de descatalogar un producto y convertirlo en un subproducto para que el sector lo pueda usar en sus procesos. "Hay que trabajar en mover esas barreras normativas para que la economía circular se ponga a trabajar de forma eficiente", demanda. El director general de Unió Corporació Alimentaria, Ferran Huguet, apunta a que le pediría a la Administración mayor sensibilidad a la hora de dar soporte a iniciativas de innovación. "Debería colaborar con ayudas y subvenciones en el tema de la innovación y en el de la información al consumidor", destaca. Por su parte, Pedro Ruiz aseguró que lo que pediría al sector público son incentivos fiscales para beneficiar a los que lo hacen bien, por ejemplo, en materia energética y ayudas para poner en marcha nuevas empresas.

No obstante, José Miguel Herrero aseguró que la Administración trabaja de forma activa en favor de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y recuerda que en el actual escenario de incertidumbre política y sin actividad parlamentaria es difícil abordar iniciativas legislativas.

Concienciación como cultura

Ruiz apuntó a que los ODS han permitido una estrategia común y ordenada, que además trata de transmitir a su equipo para crear sensibilidad como compartir el coche o intentar donar los excedentes de comida a bancos de alimentos o asociaciones. En este aspecto, Víctor Yuste, de Foro Interalimentario, apuntó que a veces los requisitos de seguridad alimentaria se pueden ver afectados por una economía circular mal entendida. "En el caso de dar los excedentes a los bancos de alimentos, tenemos una barrera de seguridad alimentaria que hay que garantizar hasta el final, y en eso la economía circular tiene un hándicap, el uso de los plásticos, porque hacen de barrera y garantizan los productos. Hay que investigar para lograr productos alternativos no contaminantes", esgrime. José Antonio Morante, en el marco de estos pequeños detalles que hacen la cultura de una empresa, apunta que en el banco se han eliminado las máquinas de vending de botellas de plástico y en un año se han dejado de consumir 400.000 de estas botellas. "Es uno de los actos más reconocidos por los empleados en las encuestas de calidad interna", apunta.



Un momento del Observatorio celebrado en la sede de 'elEconomista'.
NACHO MARTÍN

“Hay que mover barreras normativas para ser más eficientes en economía circular”

Según señala, es ineludible producir más con menos porque no hay otro planeta. "Hay que ser proactivo a la hora de comunicar todo lo que se hace, porque se está haciendo mucho ante lo que la sociedad demanda y con este altavoz se conseguiría una mayor cultura en el consumo", añade. Por su parte, Juan Sagarna consideró que, en un marco de descarbonización y con problemas de acceso a las materias primas, el sector productos debe ser capaz de sacar el mayor valor posible a las materias. Además, apunta a que si se sustituyen las materias primas fósiles habrá más oportunidad para las orgánicas. Ferran Huguet concluyó que la economía circular es necesaria por salud y también por cuestiones medioambientales, pero hay que reforzar la información que se le da al consumidor para que elija con conocimiento, además de dotar de más recursos y medios a la innovación en el sector.

EN BUSCA DE UNA SEGUNDA VIDA PARA LOS FERTILIZANTES

Fertiberia lidera un proyecto europeo para obtener nutrientes para producir fertilizantes recuperando los restos existentes en las aguas residuales y los residuos ganaderos

R. DANIEL

Es economía circular en estado puro”, afirma Javier Brañas, director de I+D de Fertiberia y coordinador del Proyecto B-FERST, que pretende recuperar de purines y aguas residuales las materias primas que se utilizan para la producción de fertilizantes y convertirlas de nuevo en abono para los campos españoles.

La Unión Europea tiene una fuerte dependencia del exterior para poder abastecer de abonos minerales a sus 12 millones de explotaciones agrarias, que suponen más de 175 millones de hectáreas de suelo agrícola. La razón es la falta de las materias primas necesarias para producirlos, lo que obliga a importarlos en “enormes cantidades”: No tenemos fósforo, que importamos fundamentalmente de Marruecos; las reservas de potasio en los países europeos son muy limitadas y apenas suponen un 2 por ciento de las existentes en todo el mundo, y para capturar el nitrógeno del aire se parte del





La Unión Europea tiene que producir abonos minerales para 175 millones de hectáreas de suelo agrícola. EE

amoniaco, cuya fabricación necesita gas natural, que tampoco tenemos, explica Brañas. Por ello, la agricultura europea, la más eficiente del mundo, y la industria de fertilizantes, -que presume de tener la menor huella de carbono del Planeta- han decidido rebuscar en sus residuos para dar respuesta al reto de sostenibilidad económica y medioambiental que plantea alimentar a la población.

Sustitución parcial

Brañas explica que la mayor parte de las materias primas que importamos y que consumimos a través de los alimentos siguen aquí. ¿Dónde? “Tu fertilizas, el cultivo crece al importar los nutrientes del suelo y se incorporan a la cadena trófica para volver en lodos, aguas residuales, estiércol y residuos de la cadena alimentaria...”

El objetivo del proyecto es lograr una sustitución “parcial” de las materias

15%

Es el porcentaje de materias primas que podría ser sustituido gracias al reciclaje de residuos

primas que se obtienen de la minería por aquellas que se pueden recuperar. “Aunque es difícil estimar que porcentaje se puede obtener, pensamos que se puede llegar hasta el 15 por ciento. A nivel I+D lo hemos hecho, hemos recuperado nutrientes y los hemos formulado en un fertilizante granulado típico”.

La dificultad mayor es que hay mucho residuo, pero está muy repartido, en cada uno de ellos la composición es distinta y no tienes un suministro uniforme. “En la mayor parte de las ocasiones el nutriente está, pero no en formas que están disponibles para las plantas porque son fosfatos cálcicos insolubles y el cultivo no pueda aprovecharlo. Eso obliga a que en una buena parte de las ocasiones sea necesario un acondicionamiento de ese residuo para que realmente sea una materia prima”, indica Brañas.

En este proyecto, el punto de vista medioambiental tiene más importancia que el económico porque los residuos ganaderos se han convertido en un

auténtico problema. “La gran acumulación en determinadas zonas hace que se estén contaminando muchos suelos y muchas aguas. Son residuos muy difíciles de manejar, viene muy húmedo, lo que hace que el radio de acción para tirarlo sea muy limitado y eso hace que se echan en los campos cercanos a donde se generan. En Cataluña, Aragón, con mucha concentración de ganado, se tira lo que hay, no lo que necesita el cultivo”, explica Braña.

El problema adquiere mayores dimensiones en algunos países del norte de Europa, como Alemania, Bélgica, Holanda, “que tienen el agua supercontaminada por fosfatos hasta el punto de que están prohibiendo ya el uso del estiércol en agricultura. Y es curioso porque el estiércol, bien manejado, es bueno porque mejora la estructura del suelo. Incluso el propio Mar Báltico está contaminado por fosfatos”.

Hay un problema medioambiental de qué hacer con eso, y una forma ideal sería devolverlo al suelo de una forma adecuada, convirtiéndolo en fertilizante en vez de dejarlo como purín que volatiliza muchísimo nitrógeno en forma amoniacal y por eso huele tanto y cuando llueve se arrastra de una forma más sostenible.

El segundo beneficio es reducir la dependencia exterior de materias primas que son muy sensibles económicamente, como el gas natural o el fósforo “que personas, animales y plantas necesitamos diariamente entre medio gramo y un gramo”.

El desafío tecnológico no es sencillo porque no partes de mejores materias primas sino de nitrógeno orgánico que no reconoce la planta y fósforos insolubles. “El reto está no solo en introducir parte de los nutrientes obtenidos del reciclaje, sino que además el fertilizante no pierda efectividad porque estés utilizando materias con menos nutrientes”.

Bioestimulantes

Para ello se recurre a otras tecnologías como los bioestimulantes tanto microbianos como no microbianos que facilitan la asimilación de los nutrientes menos disponibles al potenciar el sistema radicular de las plantas. “Queremos conseguir una calidad tan buena como el abono químico”.

El proyecto empezó en el mes de mayo y ahora disponen de un año para optimizar los procesos y escalarlo a nivel demostración. “Del laboratorio -gramos o pocos kilos- vamos a pasar a toneladas, que ya es más representativo y va a permitir darnos cuenta del alcance industrial del proceso”.



Los trabajos han sido un éxito en el laboratorio y ahora se intentan escalar a nivel industrial. EE

La UE tiene que importar en grandes cantidades los componentes de los abonos

Después de dos años, está previsto construir esas plantas industriales demostrativas y en paralelo poner en marcha ensayos en seis países diferentes con los nuevos fertilizantes y comparándolos con los otros. En concreto se va a probar en Francia, España, Italia, Polonia y Ucrania en cultivos con más representación. “Para que el proyecto tenga un impacto fuerte hay que ir a cultivos que ocupen una superficie muy grande, aunque luego sea aplicable a otros como los hortícolas. Lo importante es hacer un gran volumen de recuperación”. Y de nuevo el proceso vuelve a activas. “Esos productos volverían a su vez reutilizables. Es un poco como la energía, ni se crea ni se destruye, solamente se transforma”.

Este proyecto, liderado por Fertiberia y financiado con 6,8 millones de euros por la Comisión Europea dentro de la iniciativa de Bioindustrias, cuenta con la participación activa de la Universidad de León, y de las empresas españolas FCC Aqualia, FCC-Medioambiente, Agrisat, e INCRO.

Y TÚ...
¿TE IMAGINAS
TU MUNDO SIN
**ACEITE
DE OLIVA?**

Resulta difícil imaginarse sin algo tan, tan bueno.
Es como quitarle un poco de esencia a la vida... ¿y quién quiere eso?
El aceite de oliva lleva siglos haciendo nuestra cocina mucho más rica,
sigamos disfrutándola con él.



ACEITES DE OLIVA
DE ESPAÑA

WORLD LEADERS



aceitesdeolivadeespana.com



Cristina del Campo

Directora general de AINIA

En las próximas décadas, las empresas más competitivas serán aquellas capaces de hacer frente a los desafíos en materia de sostenibilidad y de poner en valor ante la sociedad sus esfuerzos como organizaciones responsables

Horizonte 2050: innovación para la sostenibilidad

Las previsiones apuntan a que, en el horizonte del año 2050, la población mundial habrá superado los 9.000 millones de personas, una explosión demográfica que se traduce en numerosos retos de sostenibilidad vinculados a ámbitos tan diversos como el medioambiente, la movilidad, la salud o el consumo de agua y de alimentos.

La industria agroalimentaria debe afrontar esta situación como una oportunidad para, a través de la innovación y la tecnología, mejorar la eficiencia y la viabilidad futura de sus procesos productivos. No en vano, se trata de un sector intensivo en el uso de agua y con un efecto significativo en términos de pérdida de biodiversidad o de emisiones de efecto invernadero.

En las próximas décadas, las empresas más competitivas serán aquellas capaces de hacer frente a los desafíos globales en materia de sostenibilidad y de poner en valor ante la sociedad sus esfuerzos como organizaciones responsables. El presente artículo recoge las últimas tendencias en innovación para abordar los principales retos de sostenibilidad alimentaria en el horizonte 2050 y cumplir, así, con muchos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

- Uso eficiente y circular del agua. El agua va a ser, probablemente, el principal factor limitante para la producción de alimentos a nivel mundial. El riesgo de escasez de agua comienza a ser una de las principales preocupaciones para muchas industrias, incluso en España. Las previsiones indican que en los próximos 20 años la demanda de agua puede incrementarse en un 40 por ciento y las extracciones de agua dulce pueden llegar a superar la renovación natural en más de un 60 por ciento.

En esta línea, las principales tendencias en innovación pasan por la reducción del uso de agua mediante el eco(re)diseño de las instalaciones y la mejora de los procesos productivos; la reutilización o el reciclado del agua en ciclo cerrado, así como la recuperación y el aprovechamiento del resto de recursos de las corrientes, interna o externamente. También se trabaja en regenerar y reutilizar el agua depurada al final de línea y en recuperar recursos de los lodos de depuración.

Como en tantos otros ámbitos, aplica la máxima de que “lo que no se mide, no se mejora”, por lo que se recomienda trabajar en la cuantificación de la huella hídrica y/u otros

indicadores, como herramientas para la mejora. Otras estrategias incluirían el desarrollo de proyectos de compensación hídrica o la promoción de la economía colaborativa y la simbiosis industrial, analizando potenciales nuevos modelos de negocio asociados. Por último, cabe destacar que las soluciones 4.0 son también un aliado a tener en cuenta en la optimización del consumo de agua.

- Reducción del desperdicio alimentario. De acuerdo a la FAO, 793 millones de personas sufren desnutrición en todo el mundo. Y, según Eurostat, aproximadamente el 9,6 por ciento de la población europea no puede permitirse comprar comida de calidad cada dos días. Son datos preocupantes y paradójicos cuando los contrastamos con la dura realidad de que, solo en Europa, se desperdician cada año 88 millones de toneladas de alimentos a lo largo de toda la cadena, lo que equivale a un promedio de 173 kg/persona.

La tecnología será, de nuevo, la respuesta a este reto global, incidiendo tanto en la reformulación y el diseño de nuevos ingredientes y productos, como en el ecodiseño de envases que alarguen la vida útil de los alimentos o la obtención de nuevos ingredientes y productos a partir de subproductos mediante diferentes tecnologías que incluyen la biotecnología.

- Aprovechamiento de residuos orgánicos en el marco de la bioeconomía circular

Un aprovechamiento eficiente y sostenible de las materias primas orgánicas a través de modelos circulares que minimicen la generación de residuos orgánicos, evitando su disposición en vertederos, es uno de los objetivos de la bioeconomía

circular para hacer frente al desafío de la escasez de recursos biológicos en el horizonte del 2050. Los sectores pertenecientes a la bioeconomía, es decir, aquellas actividades que emplean materias primas biológicas, deberán producir eficientemente y realizar un uso integral y sostenible de sus materias primas, adoptando alternativas para reutilizar o transformar los residuos actuales en materias primas secundarias y/o nuevos (bio)productos.

Las tendencias en innovación incluyen las biorrefinerías de residuos orgánicos agroalimentarios para la obtención de extractos y compuestos de interés, incluyendo biofertilizantes, biocombustibles y biopolímeros, así como productos químicos bio-basados.

- Eficiencia energética para luchar contra el cambio climático. Un total de 28,4 millones de toneladas de petróleo, equivalentes el 10 por ciento de la energía consumida por el sector industrial de la UE-28, son empleadas cada año por las industrias de alimentación y bebidas. Además, el 25 por ciento de las emisiones globales de gases de efecto invernadero se derivan de los sistemas de producción y consumo de alimentos, lo que evidencia el reto de mejora de la eficiencia energética al que se enfrenta el sector.

En esta línea, las principales tendencias incluyen el ahorro y uso eficiente de la energía; el empleo de fuentes de energía renovables; la optimización a través de soluciones 4.0; la valorización energética in situ de los residuos para el auto-consumo y la utilización de las herramientas de cálculo de la huella de carbono.

Cristina del Campo

Directora general de AINIA

El 25% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero se derivan de los sistemas de producción y consumo de alimentos, lo que evidencia el reto de mejora de la eficiencia energética al que se enfrenta el sector

EL ACEITE DE OLIVA QUIERE ACERCARSE A LOS JÓVENES

La Interprofesional lanza una campaña para rejuvenecer, reactivar y dinamizar el consumo de los aceites de oliva en el mercado nacional para tratar de paliar la caída de consumo interno

ELECONOMISTA



El consumo interior de aceite de oliva ha caído un 14% en 18 años. EE

La Interprofesional del Aceite de Oliva Español quiere dinamizar la demanda de los aceites de oliva en el mercado nacional. Una respuesta a la debilidad que está mostrando el consumo interno en los últimos años en nuestro país. De hecho, según las cifras oficiales, el consumo en nuestro país -incluyendo hogares, restauración e industria- se ha reducido en casi 100.000 toneladas en los últimos 18 años -tomando como referencia la campaña 2001/02-. Se ha pasado de 631.200 toneladas a las 538.000 toneladas a cierre de la última campaña, la de 2018/19, lo que supone un 14 por ciento menos. Una tendencia que no es exclusiva del mercado nacional. La misma se puede percibir en los otros grandes productores europeos: Italia y Grecia.

La caída sin embargo no tiene la misma intensidad según las edades. La última Encuesta Nacional de Alimentación, que elabora el Ministerio de Sanidad, revelaba que quienes tienen entre 18 y 39 años ingieren de media 13,9 gramos diarios, frente a los 17,06 de aquellos entre los 40 y los 64. Además, los jóvenes lo consumen en menor medida (el 86,08 por ciento de los encuestados) que los mayores (90,6 por ciento).

Ante esto, el sector, a través de Aceites de Oliva de España, quiere volver a colocar a este alimento en el lugar que se merece en los gustos de los consumidores. Para ello ha ideado una ambiciosa estrategia de promoción y comunicación en España, sustentada en un nuevo estudio realizado por Kantar, en el convencimiento que sólo desde el conocimiento de los hábitos y los gustos del consumidor se puede conectar con él. Estudio que se pudo conocer en una mesa redonda celebrada en Madrid para presentar esta nueva estrategia de comunicación. En ella participaron el presidente de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, Pedro Barato, la gerente de la Organización, Teresa Pérez, Jorge López de Kantar Insights Division y Oscar Mozún, director de Planificación Estratégica de TACTICS Europe, agencia adjudicataria de la campaña.

“Ponerlo en el siglo en el que vivimos”

El presidente de la interprofesional, Pedro Barato, reconoció que el sector debe “rejuvenecerse” y “adaptarse” a los nuevos tiempos. “El aceite de oliva no es solo el oro líquido de la botella, hay que ponerlo en valor y no perdamos la identidad, no seamos rancios, pero hay que ponerlo en el siglo en el que vivimos”, explicó.

Por su parte, la gerente de Aceites de Oliva de España, Teresa Pérez, lamentó que en la actualidad los hogares españoles “no den importancia ni el

valor” que tiene, por lo que ha recordado que en los últimos años se hayan perdido 100.000 toneladas de consumo. “El consumidor español es muy sensible al precio, pero también hemos percibido que hay un cambio en el estilo de vida. Tenemos que poner el foco y darle valor y visibilidad y rejuvenecerlo. Hay que despertar al consumidor y traerlo a la actualidad del siglo XXI”, subrayó.

En la misma línea, el secretario general de Agricultura y Alimentación del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Fernando Miranda, que cerró el acto de presentación de la campaña, señaló que “viene una generación a la que hay que enseñar a usar el aceite de oliva”.

De acuerdo con el análisis realizado por Kantar para Aceites de Oliva de España, los consumidores, -tanto en los hogares como en la restauración- tienen una imagen muy positiva del aceite de oliva, a tenor de las respuestas que han dado en la encuesta: “La cocina española no podría existir sin el aceite de oliva”; “Imprescindible, es un ingrediente esencial, no sabemos cocinar sin él”; “Es fundamental, la botella con su marca, en la mesa de un restaurante da nivel, eleva el prestigio y a la gente le gusta probarlo”; “Tradición, siempre se ha usado en mi casa, y es algo muy nuestro, muy de la tierra, muy español” o “Súper versátil, es la base, lo usas todos los días para muchas cosas”.

En el caso de los cocineros que tienen un perfil joven (30-50 años), están bastante sensibilizados con las tendencias. Para ellos, el papel del aceite de oliva es fundamental en este contexto de cambio de hábitos. Destacan del mundo del aceite de oliva, los matices y las posibilidades, la necesidad de innovar y lo saludable que es en cualquier ocasión.

Ingrediente estrella

Por su parte, los consumidores han referido también en la encuesta de Kantar: “Oro líquido, es el alimento por excelencia en la cocina española y en la dieta mediterránea”; “La base de la cocina española empieza en el aceite de oliva, son todo beneficios y cosas buenas”; “Le da personalidad a los platos, es un valor añadido, no hay nada igual”; “Es vitalidad y energía sana, tiene propiedades, antioxidantes...es muy saludable”; “Son los sabores con los que has crecido, los recuerdos, la madre, la abuela, la familia.” o “Muy exclusivo nuestro, en otros países no es tan accesible, es un alimento muy codiciado”.

Una apreciación muy positiva que Kantar ha podido medir en una encuesta entre consumidores. De hecho, nueve de cada diez españoles no



Casi el 96% de los consumidores no se imagina la dieta mediterránea sin el aceite de oliva

se imaginan su mundo sin el aceite de oliva y los consumidores comparten que les gusta el aceite de oliva, su versatilidad, las posibilidades y la capacidad del producto de adaptarse a todos los ciudadanos.

Entre las respuestas registradas por Kantar, casi el 96 por ciento de los consumidores encuestados no se imaginan la dieta mediterránea sin el aceite de oliva; el 93,5 por ciento su cocina sin al menos una botella de producto y el 92,3 por ciento su mundo sin este saludable ingrediente.

Pero al mismo tiempo los analistas perciben que la imagen de este alimento tiende a estar algo “desactivada” en la mente del consumidor, y que está tan acostumbrado al producto que no lo valora lo suficiente y a veces pasa desapercibido. “Hoy en día hay tanta preocupación con lo saludable que a veces el aceite no lo ven tan saludable e incluso puede que la población tenga una idea del aceite como muy tradicional y poco innovador”, esgrimen.

AGRICULTURA 4.0 COMO PALANCA DE LA SOSTENIBILIDAD

Cerealto Siro Foods apuesta por la digitalización como pilar fundamental para ganar el desafío de producir más con menos recursos y responder a las nuevas demandas de los consumidores

RAFAEL DANIEL



Un momento de la mesa redonda sobre innovación.

EE

La Agricultura 4.0 volvió un año más a ser protagonista del Congreso de Industria Conectada 4.0 celebrado en Madrid esta misma semana. Y lo hizo de la mano de Cerealto Siro Foods, que compartió con el millar de asistentes a la cita su apuesta por la digitalización de todos los eslabones de la cadena para

responder a los desafíos de la industria agroalimentaria: producir más con menos recursos y adelantarse a las demandas de un consumidor cambiante.

Para el presidente del gigante agroalimentario, Juan Manuel González Serna, “la transformación digital es una palanca indiscutible para lograr la sostenibilidad económica, social y medioambiental del sector agroalimentario y satisfacer las necesidades de los consumidores y de todos nuestros grupos de interés. Se está abriendo un mundo de oportunidades que debemos abordar a través de un profundo cambio cultural, progresivo pero siendo muy respetuoso con las personas”.

González Serna participó en una mesa redonda junto a los CEO de destacadas compañías en una jornada en la que distintos directivos de Cerealto Siro Foods también explicaron la estrategia de digitalización y el ecosistema de innovación que están creando con *startups*.

Carlos Herrero, director de Transformación Digital, reconocía la “preocupación” de la compañía ante los “impactos negativos” que está teniendo la necesidad de producir alimentos para una población creciente: la sobreexplotación de los recursos naturales, una mayor contaminación que pone en peligro la biodiversidad, el incremento del desperdicio alimentario y el aumento de las desigualdades que hace que mientras un tercio de la población tenga sobrepeso más de 800 millones de personas están mal alimentadas. “Ante eso debemos actuar promoviendo la sostenibilidad económica, social y medioambiental”. Un reto en el que incluía a los agricultores “que deben aumentar la productividad con menos recursos” y a los que la compañía traslada el conocimiento y la innovación que obtiene en el desarrollo de su propia actividad agraria.

En busca de la semilla para un trigo perfecto

Cerealto Siro dispone de laboratorios agronómicos, fincas en las que se prueban distintas semillas de trigo, su principal materia prima, con diferentes semillas, fertilizantes y abonados para encontrar las más adecuadas en rendimiento, sostenibilidad o adecuación al proceso de elaboración del producto final en función de parámetros como la cantidad de gluten, proteínas, humedad y cenizas.



A la derecha de la imagen Juan Manuel González Serna y Lucía Urbón, presidente y vicepresidenta de Cerealto Siro Foods y el CEO de la compañía Luis Ángel López, posan con el equipo de Cerealto Siro en el stand de la compañía en el Congreso de la Industria Conectada 4.0. EE

En el posterior desarrollo agronómico la agricultura de precisión adquiere su máxima expresión. La compañía dispone de maquinaria autoguiada y conectada en el que probablemente constituya el más completo y amplio ejemplo de digitalización de la agricultura española.

Una forma de trabajar que permite no sólo el ahorro de insumos sino el aumento de la productividad de 4.000 a 9.000 kilos por hectárea y que la compañía está trasladando a los cerca de 300 agricultores que colaboran con ella como proveedores de materia prima.

La digitalización de la actividad agraria permite que arranque en el campo el control de trazabilidad que luego continúa en el proceso productivo. Cerealto Siro Foods ha implantado la Fábrica sin papeles, que supone digitalizar toda la información que hay en las plantas de fabricación. Además de facilitar el acceso de todo lo que ocurre a los operarios con herramientas de movilidad, ha permitido ahorrar 50.000 folios al año. Ahora, la compañía quiere dar un paso más con la sensorización de la línea de fabricación para saber “lo que le pasa al producto en todo momento”.

Pretende así responder a las demandas de otro de sus grupo de interés, la distribución, “que no quiere sorpresas sino productos que siempre estén perfectos, con la misma calidad al menor coste posible y por supuesto

El consumidor se integra en la estrategia de innovación

■ Juan Carlos Martínez, director de I+dea, explicaba que el concepto de innovación está cambiando. Antes se obtenía de la experiencias internas y externas “mientras ahora se integra al consumidor para cocrear con él”. Para acelerar el ‘time market’, la compañía colabora además con ‘startups’ y universidades lanzado retos globales.

No es el único uso que le dan a la Inteligencia Artificial. La responsable de Recursos Humanos, Verónica García, explicaba cómo la utilizan para conocer las circunstancias que provocan el absentismo laboral y poder atajarlo.

garantizado los mayores estándares de seguridad alimentaria”, explicó Herrero.

Con la sensorización, Cerealto Siro dispondrá de lo que, según Carlos Herrero, serán las fábricas del futuro: plantas muy eficientes y flexibles para elaborar alimentos personalizados que cada vez demandan más los consumidores.

Es en ese último eslabón en el que la multinacional palentina completa por la digitalización de toda la cadena. Cada año la compañía lanza 300 nuevos productos, un proceso en el que cuentan con el apoyo del centro I+dea.

Productos inspirados en Inteligencia Artificial

Los consumidores quieren alimentos “muy ricos, saludables y naturales”, señalaba Herrero, que explicaba que utilizan la Inteligencia Artificial para conocer las nuevas demandas. “Leemos toda la información que se genera en todo el mundo sobre un tema, lo que se hablan, quiénes, cuándo y la emoción que les inspira y a través de algoritmos tratamos de adelantarnos a las tendencias”. De hecho, ya han puesto en el mercado el primer producto inspirado con Inteligencia Artificial, unas tortitas de arroz con guisantes y lentejas.



El consejero de Agricultura de Aragón, Joaquín Olona; Miguel Blanco, coordinador de COAG y el secretario de Agricultura del MAPA, Fernando Miranda, con los organizadores de Datagri en la inauguración. EE

DEL 'DRON PASTOR' A LA BÁSCULA INTELIGENTE DEL GANADO

Datagri ha reunido en Zaragoza durante dos días a más de 1.500 personas para conocer las últimas innovaciones tecnológicas para el sector agrario. El 'dron pastor', la báscula inteligente de ganado, el reconocimiento facial de temporeros o el 'smartomizador' han sido algunas de las novedades

EVA SERENO

La segunda edición de Datagri ha vuelto a ser el gran escaparate de la innovación en el sector agroalimentario. Junto a las opiniones de expertos en digitalización, los más de 1.500 asistentes han podido descubrir las últimas soluciones relacionadas con la inteligencia artificial, *big data*, Internet de las cosas, sensorización o conexiones vía satélite, aplicadas a la toma de decisiones de agricultores y ganaderos. El *dron pastor*, el robot que sustituye al glifosato, la báscula inteligente de ganado o el reconocimiento facial de temporeros o el *smartomizador*, han sido algunas de las grandes novedades presentadas en el Congreso, organizado por COAG,

Cooperativas Agro-alimentarias de España, Hispatec y la ETSIAM de la Universidad de Córdoba.

“La digitalización es la palanca para transformar la agricultura”, explicó el secretario general de Agricultura y Alimentación, Fernando Miranda, durante la inauguración. En su opinión, el sector tiene ante sí importantes desafíos, “pero hay que aprovechar para subirse al tren”. Y para abordar el de la transformación, el secretario general anunció que ya se está poniendo en marcha el primer plan bienal 2019-2020 con 16 millones de euros -dentro de la Estrategia de Digitalización del sector agroalimentario, forestal y del medio rural-.

Un plan de 40 actuaciones para reducir la brecha digital, fomentar el uso de datos e impulsar nuevos modelos de negocio y el desarrollo empresarial, trabajando ya la creación de un centro de competencias digitales para elaborar acciones formativas, oficinas de transformación digital y un grupo de trabajo de agricultura de precisión, cuya primera reunión se ha celebrado en Datagri 2019.

Apoyo también va a recibir el sector desde Aragón, que ha destinado más de 25,5 millones a la transferencia de conocimiento, formación e innovación de este sector, ha recordado su consejero de Agricultura, Joaquín Olona. Esta comunidad ha anunciado la tercera convocatoria de ayudas al asesoramiento dotada con 3,5 millones para “la transferencia de conocimiento eficaz a las explotaciones familiares” con el fin de que introduzcan avances de digitalización.

Este es uno de los retos de estas explotaciones que también están “poco capitalizadas” y se necesitan subvenciones, apuntó Miguel Blanco, secretario general de COAG y portavoz del Comité Organizador Datagri 2019, quien incidió en acabar con la brecha digital porque “solo el 54 por ciento de las zonas rurales tiene una cobertura superior a 30 MB”. España se sitúa así lejos de los objetivos de la Agenda 2020.

El foro ha difundido casos de éxito como el de Hispasat y Eurona, que proveen de banda ancha al mundo rural vía satelital, o el de la ganadera Marta Urieta, que utiliza la digitalización para controlar el alimento de sus cerdas y favorecer la ovulación.

El oro de nuestra tierra



El sector agrario es estratégico en Castilla y León y en España. Genera cientos de miles de puestos de trabajo y asienta población en las zonas rurales.

La riqueza de nuestra tierra es, precisamente, la propia tierra.

Todo comienza aquí.



La familia crece. En ACOR evolucionamos con la sociedad, por eso seguimos ampliando nuestro catálogo de productos, adaptándonos a las nuevas necesidades de los consumidores.

acor

Amor, Constancia, Orgullo, Respeto



www.acor.es





ISTOCK

LA AGRICULTURA DEL FUTURO: **SOSTENIBLE Y RENTABLE**

Investigadores, empresarios y proveedores tecnológicos comparten de la mano de Cajamar sus trabajos, experiencias y conocimientos para afrontar los desafíos de la actividad agraria

ELECONOMISTA

El Foro Cajamar Agro de Agricultura sostenible ha reunido a una veintena de investigadores, empresarios y proveedores de servicios provenientes de Andalucía, Castilla y León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia y Madrid para compartir las últimas tendencias de innovación para hacer frente a los desafíos globales a través de casos reales y proyectos de investigación, y poner en común ideas de vanguardia en torno a la sostenibilidad de la producción agrícola. Todos ellos han coincidido al señalar que una agricultura sostenible es aquella que garantice que los recursos que utiliza podrán seguir

siendo utilizados de la misma manera por las generaciones futuras, y que a la vez sea saludable, competitiva y rentable.

Entre las cuestiones que se han abordado han estado cómo la biotecnología y la mejora genética van a diseñar las plantas del futuro; cómo el uso eficiente y responsable del agua, fertilizantes, y los nuevos bioproductos son imprescindibles para elevar la producción de manera más saludable, utilizando menos recursos y preservando el medio ambiente; y cómo las nuevas herramientas tecnológicas y la agricultura de precisión son cada vez más útiles en la agricultura y ayudan a optimizar los recursos.

Más inversión en I+D+i

El presidente de Cajamar, Eduardo Baamonde, animó al centenar de responsables agroalimentarios asistentes a seguir creciendo y mejorando la rentabilidad a través de la diferenciación de sus productos y del incremento del valor añadido, y para ello aseguró que es necesario que agricultores, industria y distribución inviertan en nuevas tecnologías y *big data* e incrementen la inversión en I+D+i para lograr un modelo sostenible que sepa adelantarse a las necesidades de los consumidores.

Por su parte el director de Innovación Agroalimentaria de Cajamar, Roberto García Torrente, verbalizó el interés de Cajamar en fomentar la transferencia del conocimiento en el sector agroalimentario y señaló que, a través de este tipo de interacciones, se pretende extender la innovación en la agricultura española, para hacerla más rentable, competitiva y sostenible.

La conferencia marco corrió a cargo de Rosa Gallardo, directora de la Escuela Superior Técnica de Ingenieros Agrónomos y de Montes de la Universidad de Córdoba, que señaló cómo la tecnología contribuye a su mejora, así como el impacto y las oportunidades de las tecnologías de la información y la digitalización para avanzar en la sostenibilidad de la producción agraria.

Tendencias en investigación

En el primer bloque de intervenciones sobre *Tendencias en investigación*, un grupo de investigadores del INIA, Universidad Politécnica de Madrid; de AgroMillora Group, de Lleida; de la Universidad Miguel Hernández de Alicante, de la Estación Experimental de Cajamar en Almería; de la Universitat de Lleida, y del Instituto de Investigación de la Generalitat de Cataluña han dado a conocer sus trabajos y avances. Todos ellos han señalado que la biotecnología, con la que se consiguen mejoras genéticas y



Los nuevos bioproductos son imprescindibles para elevar la producción con menos recursos

variedades nuevas, así como el uso de las TIC, la digitalización y la biodiversidad serán herramientas esenciales para una agricultura sostenible.

En el segundo bloque, directivos de empresas y cooperativas agroalimentarias, como Oro del Desierto, Acor y Anecoop, Unica Group, Nestlé y Martín Codax han explicado cómo están apostando por la innovación y las nuevas tecnologías para en unos casos desarrollar nuevos productos y presentaciones, para optimizar el uso de los recursos y en definitiva ir logrando producciones sostenibles.

En el último bloque responsables de John Deere Ibérica, Lab-Ferrer, Hispatec, VisualNAcert, Semillas Fitó, Kimatec Group y Syngenta han mostrado como la tecnología, la digitalización, las TIC y la innovación están posibilitando cultivos más eficientes, preservando los recursos naturales y reduciendo el impacto medio ambiental.

CÓMO NEUTRALIZAR LOS BULOS ALIMENTARIOS

Expertos del mundo científico, el periodismo y la agroalimentación apuntan a la información veraz, comprensible y rigurosa como el mejor antídoto contra las conocidas como 'fake news'

ELECONOMISTA



Imágen de los participantes en la mesa redonda. EE

Cuál ha sido el mayor bulo alimentario de la historia que recuerdas? Con esta pregunta daba comienzo el debate organizado por AEPLA en el marco de FruitAttraction. Introducido, moderado y amenizado por Luis Matías, científico y miembro fundador de BigVan Ciencia, el debate trató de abordar el creciente problema de las noticias incompletas, tergiversadas o directamente falsas que en relación a la alimentación aparecen cada día en medios y plataformas de comunicación.

Cómo deben responder los agentes implicados para informar de manera veraz, comprensible y rigurosa y evitar así el alarmismo sin fundamento entre los consumidores, ha sido el eje de la charla en la que han tenido voz expertos del mundo científico, el periodismo, los productores de alimentos, la distribución y los consumidores.

“Los periodistas debemos defender y mostrar a la opinión pública lo que es noticia y desde donde nace: el medio de comunicación” señalaba César Marcos, responsable de comunicación de la Alianza por una Agricultura Sostenible (ALAS) y periodista especializado, que además ha ofrecido datos interesantes: “El 30 por ciento de las noticias falsas por internet son bulos alimentarios y se difunden siete veces más rápido que una noticia. En 2022 la mitad de la información será falsa. Los españoles son los europeos más ingenuos y los quintos a nivel mundial: un 57 por ciento admite haber creído un bulo”. Desde su perspectiva, la profesión periodística, reforzada por su especialización y por fuentes contrastadas -los expertos y científicos- deben recuperar el pensamiento crítico de la ciudadanía en la era digital.

Menos informados que nunca

Por su parte, Rosa Porcel, investigadora y divulgadora científica indicaba la paradoja que resulta que en la era de mayor información disponible, estemos menos informados que nunca. “A golpe de clic tenemos acceso a foros, buscadores y páginas webs de contenido dudoso y cuando no la buscamos, la propia información nos llega a nuestro WhatsApp, pidiendo, eso sí, que le sigamos dando difusión. A esto le sumamos el modo tradicional de propagación de noticias: la calle”, y añadió: “En una librería la situación no mejora. Un libro riguroso se filtra entre decenas de bestseller de alimentación para curar el cáncer o dietas que te harán perder todo el peso que quieras sin volverlo a recuperar en función de tu horóscopo, tu grupo sanguíneo o si llovía el día que naciste. Ridículo. Solo una minoría tiene capacidad para separar el grano de la paja. Si sabemos hacerlo ¿por qué no aportar esa información correcta? ¿Por

qué permitir que se siga propagando información falsa que, a veces puede ser hasta peligrosa? Goebbels dijo que una mentira repetida mil veces se convierte en una verdad. Científicos, divulgadores, técnicos especializados, gente comprometida... tenemos en nuestra mano conseguir una sociedad más informada. Una sociedad, que será más libre”.

Disfrutamos de la alimentación más sana y segura de la historia. Esa fue la opinión general de todos los participantes en la mesa, entre ellos el representante de los consumidores, Antonio López, responsable de comunicación de CECUMadrid, que señalaba la necesidad de informar correctamente a los consumidores, y en este sentido “no hay nada mejor contra los bulos que las etiquetas” añadía.

Por su parte, Joaquín Rey, presidente de 5 al día, señalaba el peligro de los bulos alimentarios entre los más jóvenes. “Ante ello, nosotros intentamos ser traductores, y creemos que los científicos tendrían que canalizar la información a expertos en nutrición que lleven a los colegios la información a través de una asignatura sobre calidad nutricional”, indicaba Rey.

Persecución

Pero si hay un campo abonado para el bulo alimentario, este es el de la sanidad vegetal. La gran desinformación que existe sobre todo lo relacionado con la protección de los cultivos provoca una injustificada mala imagen de los productos fitosanitarios y el papel que estos juegan en la sostenibilidad agrícola. Así, tal y como señalaba César Marcos de ALAS, existe una verdadera persecución basada en los residuos fitosanitarios debido a la confusión que existe en torno a los Límites Máximos de Residuos (LMR) que en ningún caso son un índice de toxicidad. Y es que en opinión de la investigadora Rosa Porcel los productos fitosanitarios que llegan al mercado son totalmente seguros, y para ello ha puesto en valor el importante esfuerzo en I+D que hay detrás del desarrollo de un nuevo producto.

El acto fue clausurado por el presidente de Asociación Española para la Protección de las Plantas (AEPLA) Manuel

30%

“El 30% de las noticias falsas que circulan por Internet son bulos alimentarios”

Melgarejo, que en su intervención ha subrayado dos hechos incuestionables: “Nunca los productos fitosanitarios habían sido tan evaluados, y nunca habíamos comido tan seguro”, para reclamar “un importante esfuerzo en comunicación hacia la sociedad, pues esa será la mejor manera de desenmascarar estos bulos que tanta alarma generan sin motivo entre los consumidores”.

El problema de la propagación de noticias falsas no preocupa sólo al sistema agroalimentario español, sino que también ha llevado a colectivos como los médicos a ponerse en alerta por los efectos que pueden tener en la salud de los ciudadanos.

Recientemente, una encuesta realizada a casi 800 médicos de toda España de la Sociedad Española de Médicos Generales y de Familia (SEMG) revelaba que los bulos alimentarios son los que más detectan, seguidos de los de vacunación y homeopatía.

A partir de estas encuestas, los responsables de la iniciativa #SaludSinBulos, cuyo coordinador es Carlos Mateos, y la SEMG elaboraron la primera guía

contra los bulos en Atención Primaria. Es el primer paso para que los pacientes dejen de confiar en charlatanes y sigan confiando en su médico, que es quien se encarga de desmontar con argumentos científicos estos bulos.

El presidente de la sociedad, Antonio Fernández-Pro Ledesma, abogaba cuando se presentó la iniciativa por establecer algún “filtro o criba” como la de una agencia externa de prestigio, formada por profesionales sanitarios, que tuvieran que acreditar que una web de salud o alimentación goza del sello de calidad para difundir información.

La población se guía muchísimo por una serie de informaciones muchas veces “sesgada y peligrosa”, según explicaba Antonio Fernández, quien afirmaba que hay “campañas y movimientos, sin fundamento, como los de los antivacunas, que se están llevando al límite”.

Son comportamientos llevados “por la ignorancia o por una información distorsionada”, y que los médicos tienen que desmontar cada día, como que un alimento puede ser beneficioso para la salud hasta el punto de ser casi milagroso. “Son los llamados superalimentos, que no deben considerarse como tal, pues hacen que la gente abandone los tratamientos”.

Otros bulos son los que circulan sobre los aditivos que “son malísimos y pueden llegar a matar”, según se llega a decir en la red.



SETAS 'PREMIUM' CON SELLO ECOLÓGICO EN TIERRA DE CAMPOS

Una joven zamorana afincada en Palencia convierte su afición a salir al monte en una iniciativa de cultivo de hongos gourmet única, premiada por el Ministerio de Agricultura por su innovación

ELECONOMISTA

Sólo como setas cuando voy donde mi madre” o “me encantan las setas, pero no sé cocinarlas”. De lo que hay detrás de frases como éstas, -sobre todo falta de tiempo en una sociedad que cada día camina más acelerada-, surgió hace un par de años la idea de EntreSetas, un proyecto que acaba de recibir el Primer Premio Excelencia a la Innovación Agrícola del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Su alma mater, Nazaret Mateos Álvarez, una zamorana de 36 años afincada en Palencia que no dudó en aparcar su carrera de Magisterio y su trabajo como formadora en el ámbito de las telecomunicaciones para cumplir su sueño de vivir, precisamente, entre setas. Desde el 1 de mayo de 2018, -fecha de la constitución de su empresa-, cultiva, recolecta en el monte, transforma y vende una docena de variedades de hongos con certificación ecológica y, mejor aún, con consideración gourmet.

Aficionada a escaparse al monte y, sobre todo, a recolectar setas, a Nazaret, que “no estaba a gusto con un trabajo de oficina”, se le despertó el espíritu emprendedor cuando varias rachas de sequía encadenadas le hicieron volverse a casa repetidas veces con la cesta vacía. “Entonces comencé a bromear con mi marido y a decirle que al final me iba a montar un



EntreSetas
apuesta por la
calidad frente a
la cantidad. EE

La joven emprendedora apuesta por los circuitos de proximidad. EE



EntreSetas tiene certificación ecológica oficial.



invernadero para cultivarlas”, recuerda sobre el germen de lo que a la postre se plasmaría en su proyecto empresarial.

Después de un *sprint* a contrarreloj para beneficiarse de las ayudas de la Junta de Castilla y León a primeras instalaciones agrícolas, de cumplir con la farragosa burocracia y de echar mano también de los réditos familiares para que la idea traspasara los papeles, su materialización se ha llevado a cabo en Paredes de Nava. En esta localidad situada a apenas 20 kilómetros de la capital palentina en la que reside, es donde Nazaret encontró una finca de tres hectáreas acorde a lo que necesitaba su innovadora iniciativa; en la que impera una máxima indiscutible: la calidad, por encima de la cantidad.

Como un bosque natural

Esta emprendedora natural de la Sierra de la Culebra lo tuvo claro desde el principio. Iba a recrear umbráculos lo más parecidos a un bosque natural y a producir setas “con un impacto ambiental cero, con cero emisiones de gases y con un ahorro de agua lo más alto posible para no ahondar en el problema que ya supone la sequía”. En el primer invernadero de EntreSetas, de 256 metros cuadrados –y al que pronto van a sumarse dos más-, no hay, pues, luz adicional, ni calefacción ni aires acondicionados, algo fundamental ya que, como subraya la empresaria, “las setas son esponjas, absorben, y si chupan monóxido de carbono o cualquier sustancia cuando nacen, lo van a llevar consigo hasta su consumo”. Además, en él los hongos crecen sobre un



Un ramo de flores con setas para la fallera mayor de Valencia. EE

suelo verde, de hierba, lo que “favorece una humedad relativa natural y permite reducir el consumo de agua a una quinta parte de lo que sería necesario en una producción industrial convencional”.

El seguimiento de prácticas como éstas, avalan sin duda, la certificación ecológica que acompaña a EntreSetas. Pero no sólo eso, además se traducen en algo mucho más importante aún para Nazaret Mateos, “la calidad de la seta”. “Al ir menos cargada de agua” y haber ido acompañada en su crecimiento de elementos lo más naturales posibles, el producto recolectado “es una seta de sabor y olor potentes”, es decir, una seta gourmet muy sabrosa al paladar, alejada de esos otros ejemplares un tanto insulsos que salen de las macro industrias micológicas.

Esa calidad, sin duda, habrá sido un factor de peso en la excelente acogida que han tenido los productos de EntreSetas en su apenas año y medio de andadura. Tanto es así, que algunos de los que produce esta empresa palentina ya se han terminado pese a que Nazaret contaba con tener existencias hasta la próxima temporada. Es el caso de las sales a base de setas que elaboró en verano y que envió a dos mercados de Madrid donde han tenido que colgar el cartel de “producto agotado hasta nueva temporada”.

Las sales, un producto de condimentación de platos enormemente agradecido en la cocina, conforman una de las líneas de producto de EntreSetas, que cultiva durante todo el año seta de ostra, seta de cardo, seta

de chopo, enoki, shiitake, champiñón portobello, campanillas, hongo de fénix y seta djamor. Además, recolecta en temporada boletus -edulis, pinophilus y aureus-, así como niscalos o revellons para, fundamentalmente, vender en fresco -"línea fuerte de las ventas"-, pero para acompañar también su lista de referencias con otros productos transformados como las setas deshidratadas, las harinas de setas -un importante nicho teniendo en cuenta que no tienen gluten y que pueden ser perfectamente consumidas por personas con intolerancia a estas proteínas presentes en los cereales de secano-, las propias sales y los embotados.

En cuanto a estos últimos, champiñón al vinagre de manzana, shiitake en salsa de soja y seta de cardo en su jugo, -elaboraciones que se realizan en una planta alquilada en Astudillo siguiendo las recetas tradicionales que Nazaret ha visto de siempre en su casa-, son los tres productos de quinta gama, "de calentar y comer", que incluye el catálogo de EntreSetas; un catálogo cuyo número de referencias va, no obstante, variando en función de la temporada por la estacionalidad de algunas de las producciones.

Marchamo de calidad

A toda la producción de EntreSetas le acompaña el sello de calidad de Alimentos de Palencia, un marchamo que considera importantísimo no sólo por los actos que desde la Diputación se promueven para dar visibilidad a productos de calidad que se elaboran en la provincia, fundamentalmente en entornos rurales donde las oportunidades laborales escasean. "Es el primer sello que yo quise tener porque considero que EntreSetas es un proyecto que, si no tuviera detrás los campos de Palencia, no sería igual", afirma al respecto, antes de explicar, que para fabricar algunas camas para sus hongos utiliza cereal y paja producidos en ecológico en campos palentinos. "Soy muy del tú a tú, de ir a incordiar a los agricultores para ver cómo siembran, para ver cómo trabajan, para ver que ellos a sus trigos les tratan como yo a mis setas, con el mismo respeto". Y es que, dice: "hemos comprobado que el sabor y el aroma de las setas es diferente si utilizamos cereal y paja de otras zonas geográficas".

A Palencia, pero también a otros puntos del país llegan ya los productos de esta empresa que tiene en el canal *online* su fuerte en lo que a las ventas se refiere, pero que por su juventud ha necesitado también mucho del puerta a puerta, un trabajo arduo y costoso al principio, pero ciertamente agradecido al final. De hecho, gracias a ese esfuerzo, EntreSetas realiza ya envíos diarios a Madrid y varios puntos del País Vasco, así como repartos



Nazaret Mateos recrea las condiciones naturales del bosque. EE

semanales a Valladolid, León y la propia Palencia.

En este sentido, Nazaret puso de un modo especial el foco en los llamados grupos de consumo, a los que cada vez en mayor medida llegan consumidores preocupados por una producción más rica, más saludable y más respetuosa con el medio ambiente. En su caso, trabaja de forma asidua con La Colmena, una iniciativa de consumo local que conecta a consumidores y productores de proximidad. La de la localidad vallisoletana de Boecillo es, por ejemplo, una de las que Nazaret visita a menudo para acercar a los consumidores del entorno sus setas.

Un toque de setas en el ramo de la fallera mayor de Valencia

Más allá de la producción y comercialización, Entre Setas es mucho más. No en vano, se trata de una empresa que lleva la innovación por bandera y por eso Nazaret ha incorporado desde el principio otras líneas de negocio. Porque, como dice ella misma, "las setas se comen, pero, hasta ahí, todo lo que puedas imaginar".

De hecho, la empresa palentina gestiona escapadas con alojamiento a zonas de alto valor micológico como el Parque Natural del Lago de Sanabria o La Carballeda, en Zamora; Además, ofrece charlas en colegios y regalos originales como kits de autocultivo de setas, regalos corporativos, detalles para eventos deportivos, 'micocomplementos' y, lo más llamativo, ramos de flores adornados con setas. De hecho, esta original propuesta llamó la atención de la fallera mayor en las pasadas fallas, una gran aficionada a las setas a quien Nazaret conoció en una feria, que quiso lucir en el ramo de su día grande flores acompañadas de setas producidas en la localidad palentina de Paredes de Nava. Y detrás de todo ello, por supuesto, la familia, recalca Nazaret. "Este tipo de proyectos no son factibles sin el apoyo familiar ya que si ya de por sí es complicado conciliar con un empleo de oficina, si tu trabajo está en el campo...", afirma.

**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



TRADICIÓN ARTESANA Y CALIDAD 'GOURMET' ALIÑADA CON INNOVACIÓN

La apuesta por los alimentos saludables, 100% naturales y sin aditivos ni conservantes no es nueva. La abulense Santa Teresa lleva haciéndolo 160 años

R. DANIEL

Aquella mañana llovía, pero habitualmente a través de unos ventanales inacabables, los empleados de Santa Teresa pueden divisar en su quehacer diario las Murallas de Ávila y la Sierra de Gredos. Al igual que estos dos iconos del Patrimonio y la Naturaleza de la tierra de la mística universal, esta compañía centenaria se ha convertido en otro emblema, en este caso de su industria agroalimentaria, gracias a sus afamadas yemas y reconocido membrillo, pero, sobre todo, por su filosofía empresarial de fundir tradición y modernidad, calidad y autenticidad de unos productos cien por cien naturales. Fue en 1860 cuando hay que situar el origen de esta aventura empresarial. Una pequeña confitería familiar, La Flor de Castilla, comenzó a fabricar y comercializar la auténticas y originales Yemas de Santa Teresa con una receta que se ha ido transmitiendo de padres a hijos desde hace más de 150 años.

Santa Teresa exporta
a 20 países de todo
el mundo. EE





Santa Teresa también ha apostado por la innovación con nuevos canales de comercialización de sus productos. EE

A finales de los años ochenta, ya en manos de la tercera generación, el negocio pasaba por momentos críticos. Entonces, un amigo de la familia, visionario en esto de la alimentación, Juan Gil Navarro, decidió abandonar su actividad profesional como jurista para implicarse en el “rescate” de la centenaria compañía.

En 1989, la empresa tomó el nuevo rumbo que sentó las bases de lo que hoy es el negocio ampliando la gama de productos, con la incorporación de la carne de membrillo de alta calidad. Hoy, apreciado a lo largo y ancho del país, es su producto estrella. Fue sólo el principio, porque la carta de productos no ha parado de crecer: gazpachos, huevo hilado, mermeladas, dulces y una variada línea de platos precocinados.

Julián Gil, presidente de Santa Teresa, fue un adelantado a su tiempo y ya hace casi tres décadas apostó por la que hoy es una tendencia global en la alimentación: la elaboración de productos de calidad artesana y saludables, con ingredientes cien por cien naturales que no incorporan ningún aditivo. Para ello, la innovación de productos se trasladó también al proceso productivo



El membrillo se elabora con fruta de primera calidad procedente de Extremadura. EE

con el desarrollo de sistemas de envasado que permiten alargar la vida a varios meses sin añadir conservantes. Eso permitió además que en 2012, Santa Teresa no rehuiese el desafío de la internacionalización y hoy esté presente en 20 países, con Alemania, Reino Unido, Francia, Estados Unidos o Japón como principales destinos. El crecimiento empresarial obligó en 2018 a la apertura de una nueva fábrica que ha permitido, tras una inversión de 5 millones, triplicar la capacidad de producción.

Entrar en esta “fábrica de fábricas” da la dimensión del importante proceso de mejora que ha realizado el sector agroalimentario de nuestro país. La actividad en Santa Teresa a las puertas de la Navidad es febril. Empieza la temporada de dos de sus productos más reconocidos, el huevo hilado y el membrillo. “Nuestros productos son totalmente naturales. Gracias al envasado con atmósfera controlada alargamos la caducidad sin utilizar ningún tipo de conservante, algo que nos permite dirigirnos a un cliente *premium*”, explica Isabel López Resina, directora general de la compañía.

En una pequeña sala, medio centenar de operarios “bolean” a mano las conocidas yemas de Santa Teresa. Es un proceso idéntico al que se utilizaba

hace 160 años y que hace que ninguna sea igual a la otra, aunque todas tienen en común la “explosión de sabor” que provocan cuando te las metes en la boca.

También es el momento del membrillo, su producto estrella, cuyo fruto comienza a recolectarse ahora. Cada año transforman 700.000 kilos de esta fruta procedente de Extremadura que se recoge a mano y cuya producción en el campo se controla de manera minuciosa: suelo, agua, tratamientos, etc. En fábrica, la elaboración coincide con la campaña de cosecha, entre octubre y abril, para garantizar la frescura.

En su elaboración se mantiene el mimo en el manejo de la materia prima del que Santa Teresa hace gala desde hace décadas. Tras una primera cocción enteros se “descorazonan” para eliminar las semillas y luego extraer los “solomillos” que se convertirán en pulpa. “Cuando se hace industrialmente y se tritura se pierde la peptina al oxidarse y además les incorporan espesantes”, explica López Resina.

Tras añadir el azúcar, se vuelve a cocer durante 1,45 horas para conseguir un caramelizado natural por evaporación, antes de someterse lentamente a un proceso de enfriado, previo a su envasado en bloques. Cuando se lonchea, saltan a la vista los trozos de fruta, una de las cualidades que lo hacen único.

La innovación se cuece a fuego lento en un laboratorio específico para la I+D, motor de la expansión. “Durante los últimos tres años todos los crecimientos han venido por las novedades”, explica López Resina, vicepresidenta la Asociación de la Industria Alimentaria de Castilla y León (Vitartis), un *clúster* que derrocha ilusión e inteligencia en el impulso del que sin duda es el sector con más proyección de esta Comunidad. Una de las últimas innovaciones son las cremas de verdura, elaboradas artesanalmente con productos de la huerta Navarra y que permiten una caducidad de cuatro meses sin conservantes.

Innovación en la comercialización

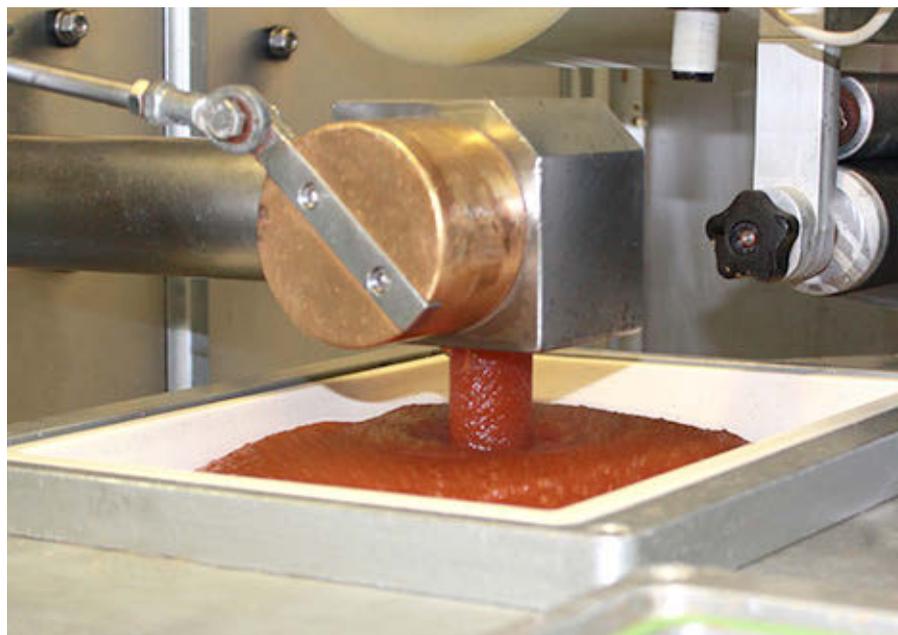
La apuesta por la innovación no se queda sólo en los productos y en el proceso fabril. Con una plantilla de 95 trabajadores con una media de edad de 34 años y en su mayoría mujeres, Santa Teresa también explora en el campo de la comercialización y tiene presencia con nombre propio en el canal *retail* a través de una red de espacios gastronómicos, que explotan también en franquicia.

Bajo la marca Santa Teresa Shop disponen de cinco establecimientos tanto en Ávila (2) como en la capital de España. Con ellos han puesto en marcha un concepto innovador en el que confluyen la degustación y la venta *ready to eat*.

Además, en Madrid disponen de otro establecimiento bajo el concepto *Shop in shop* en el mercado gourmet Labrandero de Majadahonda.



El membrillo es el producto estrella de Santa Teresa, conocida también por sus yemas. EE



Todo en la compañía se hace con el mimo de hace más de 150 años. EE

Caprichos artesanales

■ Huevo hilado

Se elabora a través de un proceso artesanal con yemas de huevo. Ha lanzado el primer huevo hilado trufado del mercado.

■ Membrillo

Es el único elaborado con fruta fresca 100% seleccionada a mano. Se comercializa en distintos formatos.

■ Gazpachos y salmorejos

Con nueve variedades distintas, es la gama más amplia del mercado. El último lanzamiento ha sido el Salmorejo sin gluten elaborado con quinoa.

■ Cremas

De distintas variedades: marisco, calabacín, de la Huerta, Vichyssoise y tomate-

■ Salsas y purés

Existen diversas variedades - mayonesa Aove, suave, alioli, puré de patatas, hummus, y bechamel-

■ Platos preparados

Desde ensaladilla rusa a brandada de bacalao o morcillo de ternera.

■ Dulces

Las Yemas de Santa Teresa son el buque insignia. Son auténticos caprichos artesanales que mantienen tradición y autenticidad.

listos para la revolución de los recursos

En 2050, en el mundo vivirán 9.000 millones de personas, la mayoría en grandes ciudades. Este crecimiento de la población plantea dos grandes retos: el acceso al agua y la gestión eficiente de los residuos. Por eso, en SUEZ, innovamos para crear soluciones hídricas alternativas y transformar los residuos en nuevas fuentes de energía. Nuestro objetivo: garantizar a las generaciones futuras el acceso a los recursos naturales.

www.suez.es





En la imagen, trabajadores de Ence frente al Congreso de los Diputados. EFE

NO AL “CIERRE POLÍTICO” DE LA PLANTA DE ENCE

Los trabajadores se manifiestan en Madrid para reclamar la continuidad de la fábrica de Pontevedra, que genera más de 5.000 empleos directos e indirectos y que es 'modélica' a nivel ambiental

ELECONOMISTA

Los trabajadores de la biofábrica de Ence en Pontevedra continúan en pie de guerra ante la amenaza que se cierne sobre la continuidad de sus empleos. Unas dudas derivadas de la decisión de la Abogacía del Estado de renunciar en la Audiencia Nacional a la defensa de la prórroga de sesenta años, concedida en enero de 2016 al fabricante de pasta de papel por el Gobierno de Mariano Rajoy.

**La planta
da empleo al 30%
de los trabajadores
forestales de
toda Galicia**

Hace apenas unos meses, una multitudinaria manifestación recorrió las calles de la ciudad gallega en defensa de la continuidad de la fábrica de Ence en Lourizán.

Una protesta que reunió a más de 15.000 personas y que contó con la asistencia del vicepresidente de la Xunta de Galicia y presidente provincial del Partido Popular en Pontevedra, Alfonso Rueda, entre otros representantes políticos, y del presidente de la Confederación de Empresarios de Pontevedra (CEP) Jorge Cebreiros, el presidente de la Cámara Oficial de Comercio de Pontevedra, Vigo y Vilagarcía, José García Costas, y el presidente de la Federación Provincial de Cofradías de Pescadores, Manuel Rosas, entre otros colectivos.

Hace unos días, en la antesala de la convocatoria electoral, los trabajadores han llevado su protesta hasta el corazón de España, donde volvieron a defender la continuidad de una planta que genera más de 5.000 empleos directos e indirectos. La clausura supondrá una dramática caída del precio de la madera en el sector forestal gallego llevando la ruina a miles de productores, el abandono de montes y, consecuentemente, la multiplicación

de los incendios forestales en la comunidad.

Durante la protesta, los trabajadores del grupo Ence acusaron al Gobierno socialista de inacción y le pidieron que "no se desentienda" del cierre de la planta ni "miré hacia otro lado" cuando el sector industrial gallego "se muere".

La manifestación comenzó en la sede del PSOE, en la calle Ferraz, y culminó frente al Congreso de los Diputados, donde los representantes del comité de empresa leyeron un comunicado en el que insistieron en que no van a permitir su cierre.

Los trabajadores de Ence calificaron el posible cierre de la planta de Pontevedra como un "cierre político" y señalaron como responsables a la subdelegada del gobierno, Maite Larriba, y al teniente de alcalde del Ayuntamiento de Pontevedra, Agustín Fernández, porque, en su opinión, "Pedro Sánchez les debe favores por la necesidad de apoyo para liderar el partido".

“Posición incoherente”

Según los trabajadores, es "incoherente" que el PSOE defienda la fábrica de Ence en Navia (Asturias) y, al mismo tiempo, proponga cerrar o trasladar - algo que consideran "inviable"- la de Pontevedra, informa Efe.

En este sentido, el comité subrayó que el traslado es inviable porque la fábrica necesita una serie de condiciones técnicas que solo se dan en su ubicación actual y que no existen en otra parte de Galicia.

Los trabajadores insistieron en que "no van a consentir" el cierre de una fábrica que es modélica a nivel ambiental, sostenible, eficiente, crea puestos de trabajo de calidad, cumple con las normas e invierte parte de sus beneficios en la mejora medioambiental.

La biofábrica de Lourizán, con una doble actividad como es la producción de celulosa y la generación de energía renovable, da empleo al 30 por ciento de los trabajadores forestales de Galicia, según el estudio del impacto socioeconómico de Ence-Pontevedra de la consultora KPMG. Además, el 95 por ciento de sus proveedores factura menos de 100.000 euros, ayudando así a la redistribución de la riqueza y favoreciendo el desarrollo rural. Según estos mismos datos, la compañía destina más de 90 millones de euros a compras en poblaciones con menos de 10.000 habitantes. El impacto económico total de Ence en Galicia es de 459 millones de euros, un 0,83 por ciento del PIB autonómico.

Así, las masas forestales gestionadas por Ence en Galicia fijan anualmente alrededor de 400.000 toneladas de CO₂, mientras que la madera cortada almacena alrededor de 1.440.000 toneladas.

La biofábrica culmina su integración urbanística

La biofábrica de Ence en Pontevedra ha culminado su proyecto de integración paisajística, una iniciativa pionera en el sector industrial español que la compañía enmarca en su política de sostenibilidad y responsabilidad medioambiental. El proyecto ha supuesto una inversión de 4 millones y ha contado con la participación de 18 empresas gallegas como Constructora San José, Grúas Norte, Metalyset, y Cortizo, entre otras.

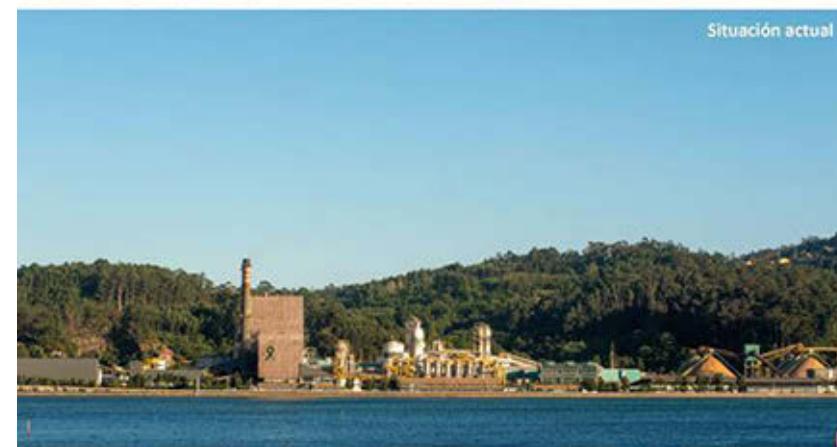
Los edificios más visibles del conjunto industrial se han dotado así de una envoltura que, debido a sus formas, elaboración y tonos cromáticos, hace posible una mayor integración paisajística de la biofábrica en su entorno.

Asimismo, se han introducido masas de arbolado alrededor del complejo industrial, además de reforzar las zonas ajardinadas de la parcela ya existentes. Estos pequeños bosques integran visualmente la parcela al arboreto de Lourizán que tiene a sus espaldas y permiten que el enclave industrial y sus edificios queden envueltos por diferentes frentes vegetales, que serán más evidentes con el crecimiento de los árboles.

Ence-Pontevedra ha sido reconocida con prestigiosos reconocimientos internacionales, como la Distinción Oro de la Comisión Europea por su mejora medioambiental y la ecoetiqueta Nordic Swan.



Antigua imagen



Situación actual



Previsión a 5 años del crecimiento del arbolado

Así era y así quedará la biofábrica de Pontevedra tras una inversión de 4 millones para integrarla en el paisaje. EE

El plan de seguros agrarios mantiene el presupuesto

El Gobierno ha aprobado el nuevo plan de seguros agrarios, un instrumento “fundamental” para el sector primario, según el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas. El presupuesto para la Entidad Estatal de Seguros Agrarios (ENESA) se mantendrá en los 216,43 millones, de los que 211,27 millones se destinarán a subvencionar las primas del seguro.

Asaja denuncia los recortes para el sector agrario en Valencia

La Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-ASAJA) ha denunciado que la Generalitat apruebe unos presupuestos “indignantes, escandalosos e impresentables” ante la emergencia del sector agrario valenciano, puesto que con los recortes aplicados a las líneas agrarias no se puede hacer frente a los graves problemas que atraviesan los agricultores y ganaderos.

Autorizado el logotipo ‘Raza Autóctona’ al caballo gallego

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha autorizado el uso del logotipo *100% Raza Autóctona* a la Asociación de Criadores del Cabalo de Pura Raza Galega (PURAGA), entidad reconocida para la gestión del Libro Genealógico de esta raza equina, primera en incorporarse a esta iniciativa, que suma ya 51 razas, la mayoría en extinción.

El FEGA fija en el 51,59% el coeficiente para el pago verde

El Fondo Español de Garantía Agraria (FEGA) ha fijado en el 51,59 por ciento el valor del coeficiente provisional del pago para prácticas agrícolas beneficiosas para el clima y el medio ambiente -pago verde o *greening*- de la campaña 2019. Tras este cálculo se fijará otro definitivo que se aplicará tanto a los pagos pendientes como a los complementarios realizados con el provisional.

Protección en China para las denominaciones de origen

El queso manchego, el brandy de Jerez y el vino de Rioja estarán protegidas en adelante en China, gracias a un acuerdo entre la Unión Europea y el país asiático. Otras denominaciones de origen que gozarán de protección son el cava, los vinos de Cataluña, Valencia, La Mancha, Valdepeñas y Navarra, el vino de Jerez y los aceites de oliva Sierra Mágina y Priego.



Celia Miravalles

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

¿Qué responsabilidad tengo si se me escapa el ganado y causa daños?

El poseedor de un animal, o el que se sirve de él, es responsable de los perjuicios que cause, aunque se le escape o extravíe, y que cause en la cosecha del vecino, a una persona, a un vallado, etc.; no se exige culpa o negligencia del poseedor. Sólo cesará esta responsabilidad en el caso de que el daño provenga de fuerza mayor o de culpa del que lo hubiese sufrido. (art. 1905 Código Civil)

Basta que un animal cause perjuicio para que nazca la responsabilidad del dueño o poseedor. Por tanto, no solo el dueño sino el poseedor de un animal es responsable de los daños que éste produzca, independientemente de la clase de animal de que se trate -sea o no doméstico-.

Se trata de una responsabilidad plenamente objetiva por la simple tenencia de un animal, que solo queda excluida por fuerza mayor o por culpa del que sufrió el daño. Y que no precisa que exista negligencia o culpa del poseedor del animal, basta con que se causen daños. La indemnización que debe pagar el causante del daño son los daños efectivamente causados, debiendo acreditarse los mismos.

Son responsables todos los que utilicen el animal para la obtención en su propio provecho de un servicio o prestación por parte de aquel. Lo serían, por tanto, el comodatario, el arrendatario y el usufructuario; no lo serían, por el contrario, el depositario, el que tiene en su poder el animal para prestarle cierta atención -veterinario, pastor, etc.-, sea asalariado o contratante independiente. El plazo para pedir la responsabilidad es de un año desde que se causó el daño.

LA NOCHE DE LA ECONOMÍA

IX Edición Premios | **elEconomista.es**

Los premios anuales de **elEconomista.es** que reconocen a las mejores empresas y empresarios de 2019
martes, 3 de diciembre de 2019 - **CaixaForum Madrid**



Patrocinadores:



Con la colaboración de:



DANIEL DE MIER MARTÍN

GANADERO ADSCRITO A LA MARCA DE GARANTÍA CARNE DE CERVERA DE PISUERGA Y DE LA MONTAÑA PALENTINA

“Detrás de un sello de calidad de la carne hay mucho esfuerzo”



EE

Daniel de Mier Martín fue uno de los impulsores de la Marca de Garantía Carne de Cervera de Pisuerga y de la Montaña Palentina allá por 1995 y hoy sigue siendo, “con convencimiento”, uno de los sostenes de este sello. Desde 2011 es la Sociedad Cooperativa Agropal quien gestiona el marchio, una fórmula que no sólo mantiene los estándares de calidad del producto de cara al consumidor, sino que además ofrece una seguridad económica al ganadero. Con contratos anuales cerrados, “sabes a cómo lo vas a cobrar”, afirma Daniel; y eso, sin duda, es un acicate para quienes, como es su caso, han vendido a tratantes reses que nunca llegaron a pagarles.

De Mier Martín tiene su cabaña, con 40 vacas madres de raza parda montañesa, en su pueblo natal, San Salvador de Cantamuda, uno de los 27 municipios palentinos que acoge bajo su paraguas esta Marca de Garantía que hace casi una década se abrió también a productores de 29 municipios de la Montaña leonesa y 23 de la zona norte de Burgos. Cada año vende “30, 32, 29... animales, depende”, que, a través de Agropal, se comercializan en una veintena de carnicerías y se degustan en cuatro restaurantes. Son terneras que “se alimentan en sus cinco primeros meses exclusivamente de leche y piensos naturales” y se sacrifican antes de cumplir el año –entre los 12 y los 24 meses, en el caso del añojo–, dando lugar a una carne natural, brillante, con gusto a pasto y calificada por un panel de expertos con una nota de 8,5 sobre 10.

Ese notable alto conlleva “un gran esfuerzo” por parte de los ganaderos. “Hay que cumplir unas exigencias en el cuidado y el manejo de los animales” y muchos, en un colectivo por lo general celoso de su autonomía sobre todo en la venta, no quieren renunciar a su libertad.

Y si ese es el talón de Aquiles para el crecimiento del sello, mucho más lo es, para la ganadería en general, la falta de relevo generacional en explotaciones como la de Daniel, quien a sus 66 años y “entre vacas desde los 27”, no ve pronta su jubilación. El ganado es su vida y cuando él eche el cierre, su granja morirá. “Antes los que nos quedábamos éramos los tontos de la zona; pero ahora, para hacer lo que yo hago, no hay que ser tan tonto”, dice antes de subrayar que hay que saber subsistir y hacer de todo: “hay que inseminar, hay que criar, hay que asistir partos, etc.”. Y eso, enfatiza, “es para gente que lo haya vivido”.