Revista mensual | 17 de julio de 2021 | Nº67



HABLAN LOS GANADEROS: "PRODUCIMOS CON LAS EXIGENCIAS MÁS ALTAS DEL MUNDO"

Rechazo unánime a las declaraciones de Alberto Garzón contra el consumo de carne

"EL 99,9% DE RIOJA ESTÁ EN CONTRA DE DESGAJAR LA DENOMINACIÓN"







En Portada | P4

La ganadería se reivindica tras los ataques del ministro Garzón

Cuatro ganaderos ponen en valor al sector destacando su aportación a la sostenibilidad medioambiental o al mantenimiento de la población en el medio rural.



Entrevista | P10

Fernando Ezquerro, nuevo presidente del Consejo Regulador de Rioja

Señala como uno de sus principales retos el generalizar los contratos a largo plazo entre viticultores y bodegas de la Denominación.



La captación de CO2, oportunidad para la agricultura

Una granja española participa en la iniciativa lanzada por Bayer con la que recompensará a los agricultores que fomenten prácticas para atrapar carbono en el suelo.

Directivas | P30

Alicia García, responsable de Desarrollo de Concesionarios de John Deere

Desde el mes de enero pilota la reestructuración de la red de puntos de venta de la firma de maquinaria agrícola dentro de la Estrategia Smart Industrial. Entre sus objetivos se plantea aumentar el talento femenino en los concesionarios.



Director de Comunicación: 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



Condecoración | P26

Medallas para un agricultor y una ganadera ejemplares

El agricultor David Lafuente y la ganadera Noelia Aparicio reciben de manos de Felipe VI la Orden al Mérito Civil por su ejemplaridad durante la pandemia.



Sector forestal | P42

La trufa se democratiza gracias al comercio 'online'

Trufbox mejora sus ventas 'online' un 200% en el año de la pandemia y acerca ya trufa de temporada a un millar de particulares.



Un ataque injustificado a la ganadería española

ocas veces unas declaraciones habían provocado una reacción tan airada como la que las palabras del ministro de Consumo, Alberto Garzón, desaconsejando el consumo de carne ha generado en el sector ganadero de nuestro país. Acribillados durante los últimos años por los ataques de movimientos animalistas y ecologistas, el hecho de que el lance provenga del Gobierno que se supone les debe defender, ha generado una comprensible mezcla de estupor e indignación.

No es la primera vez que el titular del Consumo arremete contra el sector agroganadero. Su campaña, sufragada con fondos públicos, en la que comparaba el consumo del azúcar con el del tabaco, todavía genera un profundo amargor en el campo español. Ahora le ha tocado el turno a la ganadería, aún pendiente de metabolizar la caída de ventas por el cierre de la hostelería, uno de sus principales canales de comercialización, a causa de la pandemia.

El ministro de Consumo ha generado una desinformación entre los ciudadanos que puede tener daños incalculables El sector ganadero cárnico ocupa el primer lugar de la industria española de alimentos y bebidas, representando una cifra de negocio de más de 26.000 millones de euros, el 22,1% de todo el sector alimentario español. Ganaderías, mataderos, salas de despiece e industrias de elaborados, conforman un tejido constituido por cerca de 3.000 empresas, distribuidas por toda la geografía española, especialmente en zonas rurales que aportan más de 2,5 millones de empleos y casi 9.000 millones de euros de exportaciones a la balanza comercial de España.

Su peso económico es evidente, pero no menos importante es su papel en la denominada España vaciada, don-

de la actividad ganadera sujeta población gracias a la generación de actividad y riqueza. Y desde el punto de vista medioambiental, es innegable su contribución al mantenimiento del medio natural y a la prevención de incendios. Aun así, el sector primario ha hecho y hace importantes esfuerzos por ajustarse a los exigentes cánones de seguridad alimentaria, bienestar animal y reducción de la huella ambiental que emana de la Unión Europea y que ha convertido a nuestro país en sinónimo de calidad y sostenibilidad.

Por ello, es menos entendible aún la utilización de datos parciales que ha hecho el ministro de Consumo, generando una desinformación en los ciudadanos que puede tener daños de dimensiones incalculables para la pervivencia del sector y el prestigio agroalimentario de nuestro país en el exterior. La gravedad de su forma de actuar le inhabilita para continuar ejerciendo una responsabilidad que debe ser utilizada en contribuir a modernizar el sector en vez de a denigrarlo.

LAS CARAS DE LA NOTICIA



Alberto Garzón Ministro de Consumo

Utiliza datos parciales para reflejar una realidad distorsionada de la ganadería de nuestro país



Fernando EzquerroPresidente de la DOCa Rioja

Defiende la unidad de la Denominación frente al intento de desgajarla con los Viñedos de Álava



Alicia García Directiva de John Deere

Aboga por incrementar el talento femenino en la red de concesionarios de la firma de maquinaria



Cristóbal Aguado Presidente de AVA-Asaja

Es reelegido por unanimidad para su séptimo mandato al frente de la organización agraria valenciana Agro

elEconom15ta.s



asta donde llega la memoria de Luis Ángel Cabezas Tetilla, no hay ningún antepasado que no se dedicase al vacuno extensivo. Este ganadero de la localidad salmantina de San Felices de Gallegos, reconoce que se sentiría "orgulloso" si alguno de sus hijos quisiera continuar la tradición familiar "y pudiera vivir de manera digna". La realidad, sin embargo, no invita al optimismo. "Cada vez nos lo ponen más complicado" asegura al referirse a las "vejaciones y maltrato" hacia un oficio que no te permite desconectar ni un día. "A cualquier hora se pone una vaca de parto o se te ha salido de la finca a una carretera..." explica este gana-

dero que ve en las palabras del ministro Alberto Garzón contra el consumo de carne "un ataque más de los muchos que estamos sufriendo del mismo sitio, el lobby ecologista, pero no esperábamos que llegase del propio Gobierno y demostrando el más puro desconocimiento de lo que es la producción de carne".

Cabezas defiende a un sector que "está más que comprometido con el Medio Ambiente. Producimos con las garantías medioambientales más exigentes de todo el Planeta". Reconoce que la "ganadería contamina, pero producimos el 7% de las emi-

Agro

elEconom/5ta.





Arriba, el ganadero de ibérico Nicolás Llorente; a la izquierda el ministro de Consumo Alberto Garzón en su polémico vídeo. eE

siones de CO2", que se compensa "sobradamente" con la captación de carbono de los pastos regenerados por el pastoreo, la limpieza de los montes que evitan incendios o los cultivos para alimentar el ganado. A todo eso añade, la contribución demográfica. "Se les llena la boca al hablar de la España vaciada y luego atacan a los que fijamos población. En mi pueblo, somos menos de 400 habitantes, muchos jubilados, pero de los que estamos en activo, un 75% o un 80% somos ganaderos".

Luis Ángel no ve algo casual en las palabras del ministro. "Todos sabemos que hay intereses creados por parte de grandes multinacionales y gente muy poderosa que intentan meter otro tipo de proteínas, las de insectos, o la carne de laboratorio a partir de células madre, que está en pleno auge e intentan producir a precios de mercado. Todo eso es lo que está por detrás, los que están poniendo el dinero para que desgraciadamente nuestro sector esté recibiendo ataques día sí, día no", asegura.

En similares términos se expresa el ganadero oscense de ovino y vacuno en semiextensivo Ramón Solanilla. "El problema principal es que las declaraciones del ministro están dentro de un relato que nos quieren vender y en el que hay una parte del Gobierno, de la sociedad y de la economía mundial. Cuando salió la presentación de la Agenda 2050, Pedro Sánchez dijo que había que disminuir el consumo de carne y que había que consumir productos vegetales. Y nos enteramos también que hay un

multimillonario -Bill Gates-, que tiene un millón de hectáreas y está produciendo una especie de pienso vegetal para los seres humanos. A mí lo que me parece preocupante es que eso forma parte de un relato medioambientalista. Quieren convencer a la sociedad de que su relato está bien y de que todo lo que está fuera es algo malo para el planeta, para el sistema, etc. Y, al final, esto afecta porque estamos en medio de una pandemia y la gente se preocupa por la salud".

26.000

El sector cárnico español facturó el año pasado 26.000 millones de euros

Bill Gates es uno de los multimillonarios que está apostando por la carne artificial. También el expropietario de Amazon, Jeff Bezos. Ambos son los principales accionistas de Nature's Flund, una compañía que produce carne y lácteos a partir de un microbio. En España, solo la facturación del sector cárnico se eleva a 26.000 millones de euros. A nivel global, Barclays augura que los alimentos de laboratorio moverán 127.000 millones de euros en la próxima década.

Para Ramón Solanilla, las declaraciones de Garzón, fueron "un jarro de agua fría" y una "irrespon-

6

elEconom15ta.s

sabilidad" al afectar "a tantas empresas y miles de personas y desde el Ministerio de Agricultura se debería haber sido "más contundentes y dar datos reales para demostrar a la sociedad realmente lo que está haciendo este sector". Este ganadero oscense explica que la ganadería extensiva es el primer actor para mantener la biodiversidad en los territorios porque "mantenemos pastos de montaña, hacemos limpieza de montes que evitan incendios forestales y con la actividad ganadera se elimina CO2. Estamos haciendo transformación de CO2 manteniendo las praderas, dehesas y superficies forestales". Y es una actuación -añade este ganadero-, que es muy importante también en el medio rural, que no existiría sin la ganadería.



"Se les llena la boca al hablar de la España vaciada y atacan a los que fijamos población"

Ramón Solanilla también señala que el ministro debería haberse informado al hablar de los antibióticos. "No se puede imaginar nadie lo estrictos que son los controles sanitarios. Todas las recetas van a un registro veterinario a Madrid. Estamos controlados para que ninguna explotación haga consumo de antibióticos por encima de las posibilidades de su carga ganadera. Decir que se está sobreadministrando su uso y que eso afecta a las enfermedades de los humanos, es un desconocimiento de lo que estamos haciendo en tema sanitario".



La carne de laboratorio, un negocio en alza que atrae a grandes fortunas. iStock

De momento, no ha notado afecciones, aunque podrían producirse porque cuando los poderes políticos y los medios de comunicación empiezan a difundir *fake news*, "la gente disminuye el consumo de ese producto, aunque creo que, en el caso de la carne, se equivocan porque la española es la más saludable del mundo. Sólo hay que ver que una buena parte del porcino se va a China porque tiene garantías sanitarias y la ternera se la rifan en los países árabes, al igual que pasa con el cordero. A nivel mundial estamos más valorados que aquí".



Ramón Solanilla, ganadero de ovino y vacuno en semiextensivo en Huesca. eE





La ganadera Marta García, premiada por sus acciones para mejorar la sostenibilidad de la ganadería eE

Muy contundente se muestra la ganadera cántabra Marta García a la hora de analizar qué hay detrás de esta nueva polémica. "Hace unos días el presidente del Gobierno salía en una foto con Bill Gates. Se alían con las grandes fortunas, con los lobbys millonarios que apuestan porque comamos carne de laboratorio abandonando a miles de familias que conservan el patrimonio natural de este país".

Marta García es un ejemplo de la mejora medioambiental de la actividad ganadera. De ello dan prueba un premio internacional por la transformación del estiércol de las vacas en humus de lombriz o el que este mismo mes de marzo recibió de manos del propio ministro de Agricultura como Mujr Rural Sostenible. La ganadera reconoce que recibió las declaraciones de Garzón "perpleja de que un ministro atacase tan gratuita y malintencionadamente" un sector estratégico como el agrícola y el ganadero. "Es el custodio del 80% del territorio de este país, donde se producen los alimentos que nos proporcionan la soberanía alimentaria para no depender del exterior y así se ha demostrado durante la pandemia", asegura.

Añade que "estamos conservando el medio ambiente. Contaminamos, pero somos un sumidero natural de emisiones que otros sectores lanzan a la atmósfera, como el transporte y la industria". Por ello, califica de "despropósito que se nos acuse del cam-

bio climático, se nos señale y se nos criminalice por parte de comunistas y podemitas con normativas que van directamente contra nuestro patrimonio cultural, nuestra forma de vida, nuestras tradiciones y nuestra identidad, algo que nunca puede perder un pueblo".



"Para abrir una granja de porcino los trámites son exagerados y se cumplen milimétricamente"

El eco de las declaraciones de Garzón no ha dejado indiferente a nadie. Nicolás Llorente, ganadero de ibérico en la provincia de Segovia, asegura: "Que desde el Gobierno vengan en contra del sector dice mucho de la preparación que tienen, es tirar cantos contra tu tejado". Perteneciente a la tercera generación dedicada a la actividad agroganadero critica que "se llenen la boca de la España vaciada y de palabras bonitas y van a disparar contra lo que más población genera en el núcleo rural". Critica que no se mire por un sector dinámico, que exporta, que está todos los días modernizándose intentado disminuir la contaminación. "Para abrir una granja de porcino hay que hacer un máster y hay una cantidad de trámites exagerado y todo se cumple milimétricamente".



Jóvenes y mujeres accederán a más ayudas con el nuevo modelo. I mes de septiembre u octubre es la nueva fecha en la que se espera que se alcance un acuerdo en la Conferencia Sectorial, tras la negativa del pasado jueves de 10 Comunidades Autónomas a dar su visto bueno a la propuesta presentadas por el Ministerio.

El modelo presentado por Planas establece que los beneficiarios de las ayudas directas deberán cumplir con la condición de agricultor activo, es decir deberá estar afiliado a la Seguridad Social agraria por cuenta propia o cuando una al 25% de sus ingresos totales procedan de la dicha actividad. Una condiciones que no deberán cumplir aquellos que reciban igual o inferior a 5.000 euros.€, se considerarán agricultores activos.

El importe de la ayuda básica a la renta recibido por cada beneficiario, se reducirá progresivamente a partir de la cantidad percibida que supere el importe de 60.000 euros, de acuerdo con los siguientes tramos: el 25% para el tramo comprendido entre 60.000 y 75.000 euros, 50% entre 75.000 y 90.000 y el 85% para el tramo comprendido entre 90.000 y 100.000 euros.

El importe de la ayuda básica a la renta estará limitado a 100.000 euros al año por beneficiario, que podrá descontar los costes salariales. En todo caso, el importe máximo de la ayuda básica a la renta a percibir no podrá superar los 200.000 euros.

El importe por hectárea de la ayuda básica a la renta se diferenciará por regiones. El modelo de regionalización se establecerá a partir de la simplificación del modelo actual, con 50, a un máximo de 20 regiones, en las que se diferenciarán las superficies de pastos permanentes, cultivos herbáceos de secano, cultivos herbáceos de regadío y cultivos permanentes.

La ayuda básica a la renta se concederá a partir de





2023 sobre la base de los derechos individuales de pago que estén asignados a cada beneficiario al finalizar la campaña 2022. El valor nominal de cada derecho de pago convergerá hacia el valor medio de cada una de la regiones establecidas, en cinco etapas iguales, comenzando la primera etapa en 2022, de manera que para las solicitudes de ayuda correspondientes al año 2026, en cada región, los derechos alcancen, al menos, el 85 % del valor medio de la región de que se trate

Se concederá un pago redistributivo consistente en un pago a las primeras hectáreas de cada explotación por un importe que no podrá ser superior al 50% del valor medio regional, hasta un límite igual al valor del pago medio nacional por hectárea de las ayudas directas.

El importe del pago redistributivo aplicable en cada región será igual a un sexto del importe de la ayuda básica a la renta asignado a dicha región. Cuando la beneficiaria sea mujer, el porcentaje del valor medio regional se incrementará en un 5 %.

Se concederá una ayuda complementaria a la ayuda básica a la renta para los beneficiarios que tengan 40 años o menos de edad, consistente en un 100 % del importe correspondiente al valor medio

regional de la ayuda básica a la renta, hasta un máximo de 100 hectáreas, durante un período de 5 años. Cuando la beneficiaria sea mujer, el porcentaje se incrementará en un 10 %.

Se concederán pagos específicos denominados ecoesquemas, para los beneficiarios que voluntariamente los soliciten, y que lleven a cabo en la su-

El ministro Luis Planas con los consejeros de Agricultura de las Autonomías tras la Conferencia Sectorial



Quienes cobren menos de 5.000 euros no tendrán que tener la condición de agricultor activo

perficie elegible de su explotación, prácticas beneficiosas para el clima y el medio ambiente. Comprenderá prácticas adaptadas a las diferentes tipologías de explotación y destinadas a la preservación y mejora del contenido en carbono orgánico de los suelos, mediante el mantenimiento de pastos y cubiertas en tierras de cultivo; la agroecología, mediante el establecimiento de rotaciones con especies mejorantes y elementos de biodiversidad, como el establecimiento de islas, márgenes de vegetación, incluyendo superficies no productivas en tierras de cultivo; y la agricultura de precisión.



FERNANDO EZQUERRO

Presidente del Consejo Regulador de la DOCa Rioja



"El 99,9% del sector está en contra de desgajar la Denominación de Origen Rioja"

Fernando Ezquerro asume con "orgullo y responsabilidad" su cargo como presidente del Consejo Regulador de la DOCa Rioja, una responsabilidad "complicada" al tratarse de una Denominación "muy rica en matices". Por eso, se compromete a propiciar "las condiciones" para que haya un diálogo permentente del sector

Rafael Daniel. Fotos: eE

¿Cómo ha afrontado el sector del vino de La Rioja la pandemia? ¿Cuáles son los datos actualizados de la caída de ventas?

Como a todos los vinos de valor, nos está afectando mucho. Nuestro gran canal de ventas en España es el Horeca. Hemos mejorado las ventas en exportación y en Alimentación, pero nuestro gran canal se ha resentido de una forma manifiesta. La hostelería es un 60% de nuestro mercado na-

cional, que a su vez representa dos tercios de todas las ventas.

Poco a poco se están levantando las restricciones. ¿Empiezan a notarlo las bodegas?

En estos últimos meses las ventas se están recuperando, pero venimos de una caída fuerte. Tenemos sobre todo que acabar con las incertidumbres que no está provocando es-



ta pandemia, porque no termina de marcharse. Volver a la vida normal sería la mejor noticia que podrían dar al sector.

Parece que vuelven de nuevo los cierres...

Sería demoledor. El verano no va a ser todo lo normal que esperábamos. Pero piense que en la mejor de las previsiones se está pensando en la llegada de la mitad de turistas que un año normal. Luego vamos a una campaña vital para nosotros como son las Navidades. Las pasadas fueron devastadoras y espero que este año mejoren.

Desde un punto de vista cuantitativo y cualitativo ¿cómo se plantea la vendimia en la denominación?

Este año no ha llovido tanto, no ha habido tantos problemas de enfermedades. Tenemos un viñedo equilibrado, con una producción también equilibrada y esa es la buena noticia que tenemos, junto al incremento de la exportación. Además, el *Brexit* ha acaba-

mo está resultando la iniciativa?

Realmente muy bien. Rioja es una zona con una orografía muy abrupta y cada viñedo prácticamente es un mundo en sí mismo. Las diferentes orientaciones y altitudes hacen que se nos conozca como la tierra de los mil vinos. Esa heterogeneidad, esa variedad de copages, es una ventaja respecto a otras zonas productoras y tenemos que aprovecharla. Y además Rioja es pionera. Somos la denominación, junto a Jerez, más antigua de España, y tenemos un sector muy dinámico. No paramos de aportar ideas y visiones de cómo acceder al mercado cada día con mejor producto y con mayor valor. Y para eso la diferenciación es una cosa importante.

¿Qué supondría la creación de la denominación de origen Vinos Álava?

Viñedos de Álava que es una figura que hemos recurrido porque entendemos que no se produce una diferenciación respecto a los viñedos y al vino normal de Rioja. De

"Espero que no haya intencionalidad política detrás de la creación de Viñedos de Álava. No sabemos quién está detrás"

"Una de las cosas que tengo marcadas en mi hoja de ruta es impulsar los contratos a largo plazo"



do de una forma menos dura de la que temíamos y se han acabado los aranceles en Estados Unidos. Son los dos mercados más importantes en valor que tenemos.

Han vuelto a bajar los rendimientos de uva amparada. ¿Siguen sin digerirse los problemas de exceso de existencias?

Rioja es la región que más vinos criados tiene de España y la bajada de ventas repercute más que la producción. Esa disminución hace que todo ese vino que teníamos acumulado nos cree un exceso de oferta y por eso hemos bajado un poco los rendimientos para intentar adecuar de la forma más rápida con la demanda. En esa ecuación ratio existencias, lo más importante es que suba la demanda.

Rioja fue pionera en poner en marcha los vinos de zona y los viñedos singulares ¿Có-

momento no sabemos quién está detrás de esto. Lo que sí sabemos es que casi el 99,9% del sector está en contra de desgajar la denominación y nuestra obligación es defender a ese 99% que está por defender la unidad de Rioja.

¿Cree que hay una intencionalidad política detrás?

Espero que no. Nadie nos ha hablado claro sobre este tema. Sus promotores nunca nos han trasladado cuál eran sus intenciones y quiénes eran.

En su plan estratégico prevén incrementar hasta un 44% el volumen de exportación, con China y Estados Unidos como principales mercados. ¿La supresión de los aranceles allana el camino?

El otro día hablaba de eso y en estos años estábamos creciendo en Estados Unidos,



pero a costa de perder valor por los esfuerzos que hacían las bodegas por los aranceles. Este año hemos crecido un 4% en volumen y un 15% en valor. Las cifras han girado y estamos creciendo en volumen, pero mucho más en valor desde que se han quitado los aranceles. Es importante porque hace que podamos competir en igualdad de condiciones.

Rioja ha perdido cuota de mercado en los últimos años. ¿Qué se ha hecho mal?

Todo el mundo muerde al líder. Creo que Rioja ha hecho las cosas bien pero cada vez hay más vinos regionales, locales, denominaciones que están cogiendo fuerza. Volveremos a recuperar fuerza porque las modas van y vienen. A mí me preocuparía sobre todo que no estuviésemos dando un producto de calidad y no es el caso. Evidentemente es un tema que nos preocupa, pero es muy difícil recuperar las cuotas de un 40% del mercado, un 55% en vinos tintos y un 70% en vinos

peculativo que tenemos todos de comprar lo más barato y venderlo lo más caro posible hace que no sea bueno para el conjunto de la denominación. En el Plan Estratégico lo tenemos marcado y yo, como soy viticultor, todavía más, pero creo que es importante que se lleguen a acuerdo entre las bodegas y los agricultores a largo plazo y a precios razonables.

Las cooperativas y el Consejo Regulador advirtieron del riesgo que la proliferación de instalaciones de energías renovable podía tener en el enoturismo.

Una de las grandes metas que nos marca el Plan Estratégico, siendo ya la región prácticamente más visitada de España en enoturismo, es crecer en esa actividad. El enoturismo, cada día más, es ver la bodega, el paisaje porque el momento de consumo del vino tiene que ver con otros placeres, como el gastronómico, visitar un viejo nevero, etc. Evidentemente no estamos en contra de las

"Las ventas se están recuperando, pero venimos de una gran caída: la hostelería es el 60% de nuestro mercado nacional"

"La mejor noticia es que este año tenemos un viñedo equilibrado porque ha habido menos enfermedades"



criados son muy difíciles de mantener. Aunque todavía somos los que más vendemos con diferencia.

Uno de los lastres del sector son los precios en origen. ¿Escapa Rioja a ese problema?

Una de las cosas del Plan Estratégico que yo tengo marcado en mi hoja de ruta con auténtico interés son los contratos a largo plazo. Si conseguimos horquillas de precios razonables para el viticultor y para la bodega, conseguiremos estabilizar el sector, que el agricultor tenga futuro y pueda afrontar las próximas inversiones que tiene que hacer en su explotación y haya dinamismo. Pero también a las bodegas las permitirá acometer los mercados con la tranquilidad de que el precio de la uva, pese a una helada o cualquier problema, no les vaya a tergiversar sus planes. Nos daría tranquilidad. Ese punto es-

energías renovables, pero hay que encajarlas en el paisaje de manera que no estropeen una parte tan importante en La Rioja como es la parte enoturística.

¿Qué pediría al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación?

Tiene que pensar que el vino de España tiene que mejorar en lo que está peor que es en valor. Cuando los vinos más baratos suban de precio lo harán los más caros y viceversa. El Ministerio tiene que ayudarnos a todos, al sector, a generar valor. Eso es lo más importante. Pensar más en calidad y en valor y menos en volumen. Cuanto mejor le vaya al vino de España mejor le irá a La Rioja y cuanto mejor le vaya al vino de La Rioja mejor le ira al vino de España. Son vasos comunicantes y cuanto más valor generemos en el vino de España mucho mejor nos irá a todos.

Innovación

El aceite de oliva suma esfuerzos para seguir mejorando la calidad

a consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de Andalucía, Carmen Crespo, como presidenta de la Fundación del Olivar, y el presidente de la Organización Interprofesional de los Aceites de Oliva de España, Pedro Barato, han rubricado un convenio marco de cooperación "pionero" para "continuar mejorando la calidad de los aceites de oliva a través de la investigación y de la innovación".

El acuerdo tiene dos objetivos principales. Por un lado, el desarrollo de proyectos de investigación, innovación y transferencia tecnológica relacionados con la economía oleícola, la mejora de la calidad, la autenticidad y la caracterización de los aceites, así como aquellos que pongan de manifiesto el carácter diferencial de los aceites de oliva de origen español. Y, por otro, aprovechar las sinergias entre los grupos operativos 'Sensolive-Oil, Aplicación de mé-



Pedro Barato con Carmen Crespo durante la firma del acuerdo. eE

todos instrumentales para la clasificación de los aceites de oliva' e 'Interpanel, Sistema de Referencia y Armonización de Paneles de Cata', para colaborar en el intercambio de información y materiales, así como proponer nuevas aplicaciones que mejoren el alcance y las funcionalidades de dos proyectos complementarios que, a partir de ahora, inician una nueva etapa.

Sostenibilidad

La planta de Sagunto de Grupo Fertiberia reducirá un 90% sus emisiones de CO2

rupo Fertiberia ha aprobado una importante inversión que convertirá su planta de Sagunto en una de las más eficientes de Europa. De la mano de Thyssenkrupp, la compañía de fertilizantes instalará en la fábrica un reactor de abatimiento terciario con la tecnología EnviNOx que contribuirá a que las emisiones de gases de efecto invernadero sean casi neutras. El porcentaje de reducción que se logrará gracias a este nuevo componente se sitúa en más del 90%, lo que se traduce en unas 35.000 toneladas de CO2 menos al año.

Se trata de la segunda fase de un proyecto que se inició en 2011 con la instalación de un catalizador de abatimiento secundario para combatir los efectos del N2O (óxido nitroso), un importante gas de efecto invernadero con una permanencia media de 100 años en la atmósfera. Este catalizador, presente hoy en día en todas las plantas del grupo, permitió ya entonces reducir hasta en un 80% las emisio-

nes generadas por la planta. Ahora, la instalación de este reactor de abatimiento terciario, más avanzado, permitirá que las emisiones de esta fábrica se reduzcan prácticamente en su totalidad.

Con esta iniciativa, la compañía de Javier Goñi continúa avanzando en su lucha contra el cambio climático a través de su compromiso con la descarbonización industrial. Según el director Industrial de la compañía, David Herrero, "para nosotros, este proyecto es un paso decisivo en nuestro afán de combatir los efectos medioambientales que tienen nuestros procesos productivos. En nuestra compañía, sostenibilidad e innovación van de la mano, somos conscientes de la importancia de apostar por procesos sostenibles y respetuosos con el medio ambiente y la instalación de este nuevo reactor en nuestra planta de Sagunto va a suponer un hito importante en la reducción global de emisiones generadas".

elEconom/5ta.es

La captación de carbono, una oportunidad para la agricultura

Una granja española participa en la iniciativa lanzada por Bayer para recompensar a los agricultores por generar créditos de carbono mediante la adopción de prácticas climáticas

elEconomista. Fotos: iStock



Los cultivos de cobertura contribuyen a retener el CO2 en el suelo.

ras hacerlo en Estados Unidos y Brasil, Bayer ha lanzado en Europa su Iniciativa Carbono que tiene como objetivo principal la descarbonización de la cadena de valor alimentaria, centrándose en las actividades de los agricultores para lograr un sistema alimentario más resiliente y sostenible.

El suelo es una de las formas más efectivas de atrapar el carbono. La siembra directa, el uso de nitrógeno de precisión o los cultivos de cobertura ayudan a retener aún más el CO2, a reducir el uso de combustibles fósiles y la emisión de gases de efecto invernadero.

Por ello, Bayer explora futuras estructuras de recompensa a los agricultores que implementan nuevas prácticas de reducción de carbono y que contribuyen así a los objetivos del Green Deal de la Comisión Europea. El nuevo Programa Europeo de Carbono reconoce el papel fundamental que los productores y sus tierras pueden desempeñar para ayudar a crear impactos ambientales duraderos y positivos, y es una parte integral de los compromisos de sostenibilidad de Bayer dirigidos específicamente a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) en un 30% en 2030.



La compañía desarrollará una herramienta digital con datos precisos y transparentes

"Nuestra Iniciativa Carbono contribuye activamente al desarrollo de las actividades de cultivo de carbono en Europa al trabajar directamente con los agricultores en su papel de productores primarios e involucrar a las empresas en toda la cadena de valor alimentaria. Esta colaboración ayudará a des-



carbonizar el sistema alimentario europeo de una manera que funcione para los agricultores, el medio ambiente y los consumidores", explica Lionnel Alexandre, director del Negocio de Carbono para Europa, Oriente Medio y África en Bayer Crop Science. "La idea principal es recompensar a los productores que adoptan prácticas agrícolas climáticamente inteligentes, como el uso de cultivos de cobertura, la reducción de la labranza, las rotaciones de cultivos y la aplicación de nitrógeno de precisión. Estas actividades secuestran carbono en el suelo al tiempo que mejoran la salud, la resiliencia y la productividad del suelo, y limitan las emisiones".

Precios del carbono por las nubes

El precio de los derechos de emisiones de dióxido de carbono (CO2) en el Mercado Europeo ha alcanzado en estos últimos meses máximos histórico, al situarse alrededor de los 55 euros/tonelada, registrando una subida de casi el 70% desde que comenzó 2021.

Para desarrollar la Iniciativa Carbono, Bayer desarrollará una herramienta digital que permitirá a los agricultores solicitar una compensación basada en datos precisos y verificados. Esta solución digital de monitoreo, informes y verificación (MRV) basa-



"Espero obtener conocimientos para obtener más rentabilidad con técnicas sostenibles"

da en la plataforma de agricultura digital de Bayer, Climate FieldViewTM, cumplirá con los estándares actuales de privacidad de datos y será fiable y fácil de manejar por el agricultor.

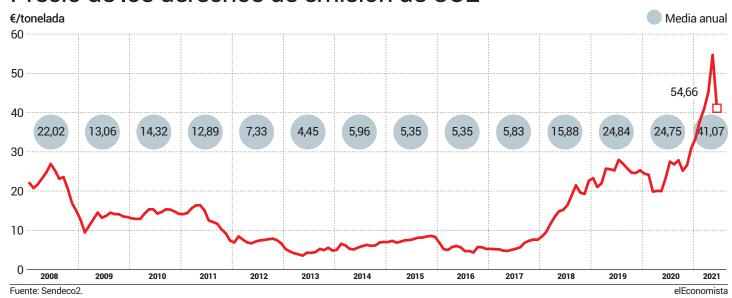
Los 27 agricultores participantes de siete países están contribuyendo colectivamente con cerca de 500 hectáreas de sus explotaciones agrarias con sede en Francia, España, Bélgica, Dinamarca, Alemania, así como Ucrania y el Reino Unido. Un aspecto central del Programa Europeo del Carbono es la práctica de la co-creación: agricultores, Bayer y expertos de la cadena de valor trabajan juntos en un laboratorio virtual de cultivo de carbono donde pueden probar conjuntamente actividades y generar aprendizajes. Además, hay contactos con varios procesadores de alimentos y minoristas para que se incorporen a la Iniciativa Carbono a finales de este año.

Después de determinar el actual nivel de carbono en las tierras de los agricultores participantes como punto de partida, los agricultores implementarán prácticas agrícolas climáticamente inteligentes como el uso de cultivos de cobertura y la reducción de la labranza, por ejemplo. Esta implementación



El calentamiento global por los GEI afecta directamente a la agricultura.

Precio de los derechos de emisión de CO2



de nuevas prácticas será monitoreada y mejorada continuamente en los siguientes años. Las conclusiones y datos obtenidos servirán para el diseño y la aplicación de una herramienta digital. Se espera que el programa ofrezca esta nueva solución digital en los próximos tres años, mientras que su implementación dentro de Climate FieldViewTM está prevista para el tercer año.

"Me he involucrado en el proyecto porque quiero colaborar y aprender a cultivar la tierra de una forma más sostenible y cuidadosa con el medio ambiente y porque además es uno de los temas a los que se enfoca la futura PAC", afirma Waldo Reyes, propietario de la explotación agrícola El Chaparrito (Badajoz) y uno de los primeros participantes en el Programa de Carbono de Bayer. "Espero obtener unos conocimientos que me ayuden a ser más competitivo y a obtener más rentabilidad, con técnicas más sostenibles".

Este lanzamiento europeo es parte de la Iniciativa Global de Carbono (*Global Carbon Initiative*) de la compañía que se lanzó en los Estados Unidos y en Brasil en julio de 2020, donde Bayer es la primera empresa agrícola en ofrecer toda la tecnología necesaria en términos de semillas y rasgos, protección de cultivos y soluciones digitales, MRV rentable, y certificación de acuerdo con estándares reconocidos internacionalmente.

Alexandre Teillet, director de Nuevos Modelos de Negocio en Bayer Crop Science para Europa, Oriente Medio y África, resume la iniciativa: "Nuestra visión es que en el futuro, los minoristas o procesadores de alimentos puedan trabajar con confianza en proyectos efectivos de reducción de carbono que involucren a las granjas asociadas de sus cadenas de suministro. Al mismo tiempo, los agricultores,

como productores primarios de una cadena de valor alimentaria estable serán recompensados de manera transparente y justa por sus reducciones efectivas de carbono, llevadas a cabo a través de sus prácticas agrícolas en todo el mundo".

30%

La compañía pretende reducir las emisiones de gases de efecto invernadero un 30% en 2030

La Iniciativa Carbono es la última incorporación a las acciones de Bayer para ayudar a descarbonizar los sistemas alimentarios en Europa.



El suelo contribuye a la captación de CO2.

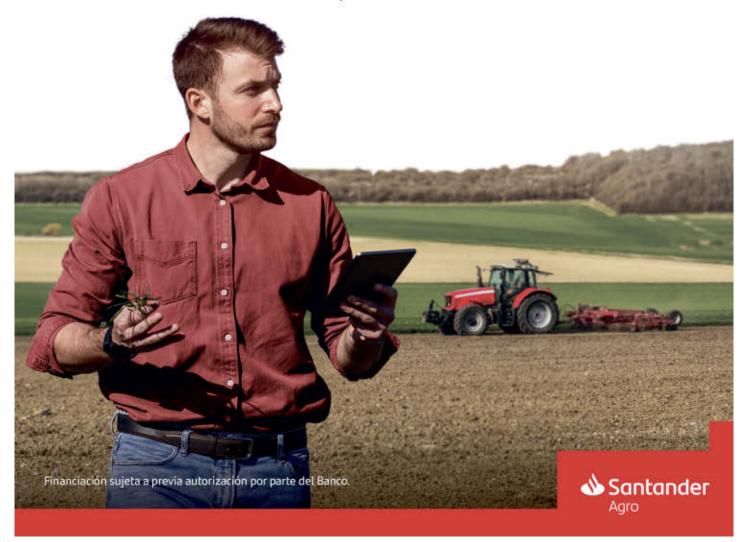
Es el momento de renovar tu maquinaria

Haz tu explotación agrícola más sostenible y digital con el **Plan Renove del Santander.**

Te ayudamos con financiación en **condiciones preferentes** para renovar tu maquinaria agrícola e impulsar de nuevo tu negocio.

Infórmate sobre todas las soluciones que Santander Agro puede ofrecerte.

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



Gestionar las sequías en el Cambio Climático

Un novedoso sistema permite saber la persistencia de la sequía y su severidad, además de conocer cómo evoluciona en el espacio y tiempo, lo que facilita fijar alertas tempranas para establecer medidas o diseñar planes de acción

Eva Sereno.

Imagen de un

campo de

cereales

I suelo, incluido el destinado a la producción agraria, así como las zonas de pastos son de las primeras áreas en verse afectadas por el impacto de la sequía meteorológica que, si se prolonga en el tiempo, llega a tener afecciones mucho mayores en cuanto a vegetación natural, hidrología o medioambiente, entre otras consecuencias. Un motivo por el que es especialmente importante disponer de información tanto histórica como actualizada con el fin de conocer cuando se produce una sequía meteorológica, su duración e intensidad para, en función de esos datos, pasar a la acción.

Con el fin de compilar toda esta información y facilitar su análisis, se ha desarrollado el Monitor de Sequía Meteorológica, que permite hacer el seguimien-

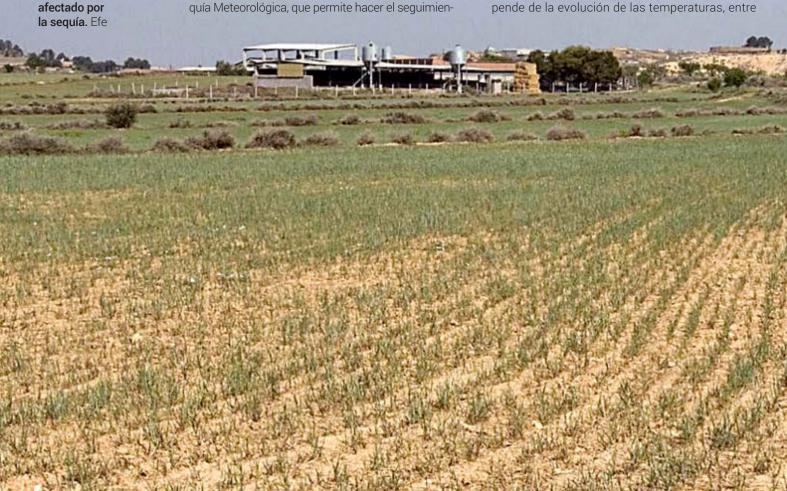
to, determinar una alerta temprana y evaluar en tiempo real la sequía meteorológica en la España continental y en las islas Baleares y Canarias, así como en las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla.

Este sistema, que no es de predicción, proporciona información actualizada cada semana sobre la severidad de la sequía meteorológica con una alta resolución espacial para lo que utiliza los datos que se obtienen en tiempo real a través de la red de estaciones meteorológicas automáticas de AEMET y de la red SIAR (Sistema de Información Agroclimática para el Regadío) del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.



Con datos meteorológicos se analizan la demanda atmosférica de humedad y las precipitaciones

Partiendo de estos datos, el monitor calcula dos indicadores de sequía: el SPI (Standardized Precipitation Index), que se basa exclusivamente en datos de precipitación, y el SPEI (Standardized Precipitation Evaporation Index), que incorpora la información relativa a la demanda atmosférica de humedad, que tiene menor variabilidad interanual que la precipitación, pero que se ha visto afectada por el proceso de Cambio Climático porque depende de la evolución de las temperaturas, entre



Agro 19

elEconom15ta.es



Mapa donde se analiza la severidad de la sequía meteorológica. eE otros factores.

El sistema muestra así las anomalías de estos dos indicadores que contribuyen a estos períodos de tiempo seco en relación a condiciones normales en cada punto del territorio español. La información que se facilita no es solo actual, sino que permite consultar los datos históricos de los índices de sequía en un período temporal concreto -están disponibles desde 1961- o de una localización geográfica que interese dentro de la zona de cobertura española. Las series tempora-

les, además, se pueden visualizar o descargar.

El monitor, que es de acceso libre y muy visual para facilitar la comprensión de los datos, permite saber la persistencia o duración de la seguía en aquellos lugares en los que se está registrando este tiempo seco y su severidad acumulada o intensidad. "Los indicadores elegidos permiten adaptarse a una amplia variedad de impactos potenciales de la sequía por lo que se posibilita mejorar la preparación y alerta temprana ante el riesgo de sequía meteorológica en España", afirma Sergio Vicente Serrano, investigador del Instituto Pirenaico de Ecología (IPE-CSIC), quien lleva más de 20 años trabajando en sequías desde el inicio de su tesis doctoral y ha participado en este desarrollo del CSIC en colaboración con la Fundación Aragonesa para la Investigación (ARAID) y la Agencia Estatal de Meteorología (AEMET).

Este monitor es especialmente importante porque la sequía tiene una elevada recurrencia en España como consecuencia de la gran variabilidad interanual de las precipitaciones. "La sequía es uno de los riesgos naturales más difícil de analizar, medir y cartografiar por lo que hemos desarrollado esta herramienta porque, además la monitorización en España de sequía era pobre desde el punto de vista meteorológico, pero vimos que tenemos la capacidad y la tecnología de desarrollar un monitor de alta resolución es-

pacial", añade Sergio Vicente, quien explica que en las latitudes españolas es más difícil de predecir una sequía porque el tiempo se

basa en la dinámica atmosférica, que es muy caótica, a diferencia de los territorios bajo la influencia de temperaturas oceánicas, que son más estables. "Como se pueden predecir muy mal, es útil tener bien monitorizado, cuantificado y saber la evolución" del tiempo seco.

Con la información de la que se dispone en el monitor, igualmente es posible observar cómo y cuándo se forma una sequía y conocer toda su evolución. Además, gracias a poder determinar una alerta temprana -no se generan de forma automática-, el monitor facilita el diseño de planes de actuación o el establecimiento de medidas por parte de las administraciones o gestores ante la sequía meteorológica en los distintos sectores según los indicadores. "La información está ahí y son los órganos gestores los que pueden fijar medidas de mitigación o alertas", de manera que se contribuye a hacer una mejor gestión del riesgo de sequía meteorológica, así como de los recursos hídricos y áreas naturales, apunta Sergio Vicente Serrano.

El monitor es asimismo útil para, por ejemplo, cooperativas agrícolas, que "pueden descargarse la serie histórica de su municipio y compararlo con la producción para sacar sus conclusiones y detectar su umbral de sequía", añade el investigador del CSIC, Santiago Beguería.

Con este sistema, España se sitúa a la cabeza de la



Efecto de la sequía en una planta de aguacate. Álex Zea

innovación, ya que es de los pocos países que tienen operativos servicios climáticos de este tipo. Estados Unidos es el país pionero en emplear este tipo de monitores, que se han ido extendiendo a Canadá y México, aunque existen algunas diferencias. "El monitor estadounidense emplea otros indicadores y tiene una recurrencia mensual, mientras que el nuestro es automático y se actualiza cada semana. Hay diferencias técnicas", matiza Santiago Bequería.



Comparando la serie histórica y las producciones se puede conocer el umbral de sequía

El Monitor de Sequía Meteorológica, que será transferido a AEMET para su mantenimiento operativo, se engloba dentro del proyecto *Desarrollo de Índices de sequía sectoriales: mejora de la monitorización y alerta temprana de sequías en España-DESEMON.*



En España la sequía meteorológica es un fenómeno recurrente. Efe

Balance

La producción de piensos cae un 4,3% en España por el Covid

La producción industrial de piensos compuestos para animales en España fue de 25,13 millones de toneladas en 2020, lo que supone una caída del 4,3% respecto al ejercicio anterior por los efectos del Covid-19, según detalló el presidente de Cesfac, Fernando Antúnez, durante la presentación del informe 'Mercados Estadística'.

Con estos datos, España se sitúa como segundo productor de piensos europeo, por detrás de Alemania, aunque en 2021, con unas previsiones de producción similares al pasado ejercicio, podría retomar su liderazgo. Por especies ganaderas, el alimento para ganado porcino se mantuvo como la producción más relevante, con 11 millones de toneladas (+4,38% respecto a 2019); seguido del conjunto vacuno, ovino, caprino, equino y conejos, con 9,27 millones de toneladas (-2,32%) y aves (3,58 millones de toneladas y un -19,88%).



Fernando Antunez, presidente de Cesfac. eE

CESFAC no espera durante los próximos meses "grandes bajadas de precio" de los piensos tras un año al alza por las altas cotizaciones de las materias primas, una situación de la que los fabricantes son "meros sufridores" y que preocupa por la "falta de capacidad del sector ganadero de poder repercutir sus mayores costes" a los otros eslabones de la cadena.

Sostenibilidad

Incarlopsa reduce cerca de un 15% su volumen de emisiones de CO2 equivalente en 2020

ncarlopsa, compañía castellanomanchega líder en la producción y elaboración de productos cárnicos porcinos, ha certificado por tercer año consecutivo, y en línea con su compromiso con un modelo de desarrollo sostenible, su huella de carbono conforme a la norma UNE EN ISO 14064-1:2012. Para conocer esa huella de carbono, Incarlopsa ha utilizado la calculadora del Ministerio para la Transición Ecológica de España y Reto Demográfico (MI-TECO), quien, a través de la Oficina Española de Cambio Climático (OECC), además ha autorizado por primera vez a la compañía para la utilización del sello que acredita el registro del volumen de emisiones de modo absolutamente voluntario. Así, Incarlopsa ha reducido su volumen total de emisiones un 14,6% en 2020 respecto al año anterior, hasta situarlo en 48.160,9 toneladas de CO2 equivalente.

El volumen total de emisiones reportadas en 2020 representa el 80% de las instalaciones de la com-

pañía, mientras que las registradas en 2019 hacían referencia al 70%, lo que pone de manifiesto los esfuerzos que está realizando para reducir progresivamente su impacto ambiental.

Este compromiso también se traduce en un esfuerzo inversor que contribuya a reducir progresivamente el impacto en el entorno derivado de su actividad. Así, en 2020, Incarlopsa ha destinado 5,3 millones de euros a recursos medioambientales para minimizar ese impacto, lo que representa un incremento de cerca del 2%. Además, a cierre de 2020, cerca del 90% de la producción total de la compañía se ha fabricado en plantas con la certificación ISO 14001.

Además, el pasado año Incarlopsa ha reducido su volumen total de residuos un 1% hasta 12.339 toneladas, del que el 99,8% son residuos no peligrosos (papel, cartón, plástico, etc.) y cerca del 70% son valorizados.

La agricultura, el eslabón "más fuerte" durante la pandemia

El valor añadido del sector primario avanzó un 5,3% el pasado año lo que limitó la caída del sector agroalimentario al 2,5% provocados por la industria y la distribución

elEconomista. Fotos: Francisco Bonilla

I sector productor, tradicionalmente el eslabón más débil en las relaciones comerciales de la cadena agroalimentaria, fue el pasado año el más fuerte en cuanto a comportamiento económico. El *Observatorio de Cajamar sobre el sector agroalimentario español en el contexto europeo* constata en su informe de 2020 un crecimiento del 5,3% en el valor añadido del sector primario -agricultura, ganadería y pesca-, un dato positivo que, aunque no permitió compensar el retroceso de la industria y la distribución sí limitó la contracción del sector en su conjunto al -2,5%.

España fue uno de los países más afectados por la crisis del Covid-19, con una caída del PIB y el empleo del -10,8% y el -5,2%, respectivamente. Aunque el sector agroalimentario -incluida la distribución-



El sector agroalimentario batió record de exportaciones el pasado año.



también sufrió el pasado año las consecuencias de la crisis, el descenso registrado en valor añadido y empleo -estimado en el -2,5% y -4,6%, respectivamente- reflejan un mejor comportamiento que la economía en su conjunto. Especialmente destacable fue la evolución de la actividad primaria -agricultura, pesca y ganadería-, que demostró su carácter estratégico con un crecimiento de su valor añadido del 5,3%. Sin embargo, los buenos resultados del sector primario no fueron suficientes para compensar los efectos de la pandemia en la industria agroalimentaria y la distribución. Esta última vio especialmente perjudicada por las restricciones al canal Horeca -hoteles, restaurantes y cafeterías-, amortiguadas, por el aumento del consumo de alimentos en los hogares.

Pese al descenso del -2,5% registrado en el valor añadido, el sector agroalimentario -sector primario, industria y también distribución- aumentó ligeramente su peso en el PIB nacional hasta suponer el 9,7% del total, 0,8 puntos más que en 2019 y 3,2 puntos por encima de la media europea (6,5%), lo que muestra la mayor especialización de la economía española en este sector.

En total, el valor añadido del agroalimentario en España ascendió a 99.355 millones de euros. Con estas cifras, nuestro país se situó como la cuarta eco-



El sector agroalimentario aumentó su peso en la economía al aportar el 9,7% del PIB

nomía del sector agroalimentario de la UE, ya que aportó el 12,7% del VAB comunitario del sector. España es el principal productor de ganado porcino, aceite de oliva y cítricos de la UE-27, con una cuota de mercado del 21,7%, 40,5% y 61,1%, respectivamente.

La crisis causada por la pandemia también tuvo consecuencias negativas sobre el empleo, según revela el *Observatorio de Cajamar sobre el sector agroalimentario español en el contexto europeo*, elaborado en colaboración con el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Ivie). La mayor caída de empleo se dio en el sector primario (-7,7%), seguido de la industria de la transformación (-6,2%) y el comercio (-2,1%). En total, el sector agroalimentario sufrió un descenso del número de ocupados del -4,6%. Aun así, el empleo del sector representa el 11,7% del total de ocupados en España, con 2,27 millones de trabajadores y trabajadoras.

Más competitivos que la UE

Joaquín Maudos, director adjunto del Ivie y coautor del informe junto a la economista Jimena Salaman-

El sector agroalimentario gana peso en la economía

Observatorio sobre el sector agroalimentario español en el contexto europeo 2020

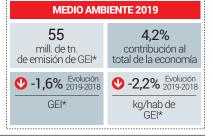












Fuente: Observatorio sobre el sector agroalimentario expañol de Cajamar. (*) Gases de efecto invernadero. el Economista

ca, destacó durante su presentación, que la productividad del sector agroalimentario -valor añadido por ocupado- se sitúa un 38% por encima de la de la UE-27, y que es mucho más competitivo que el europeo porque sus costes laborales por unidad de producto (CLU) son un 32% más reducidos. En comparación con la media de Europa, destaca sobre todo la elevada competitividad del sector primario -sus CLU son un 71% más reducidos-, siendo también más competitiva la industria de la transformación (con un CLU un 18% inferior a la UE-27). En cambio, el sector de la distribución de alimentos y bebidas en España es un 5% menos competitivo que la media europea.

En cuanto a las exportaciones, durante 2020 y a pesar de la pandemia, volvieron a registrar un máximo histórico al alcanzar los 54.840 millones de euros, tras crecer un 2,3%, casi cuatro veces más que la media europea. Por productos, destaca el aumento del 23,5% de las ventas al exterior del sector porcino, gracias a la mayor demanda de China, que vio mermada la producción interna a causa de la peste porcina africana. El sector agroalimentario apor-



Joaquín Maudos, Eduardo Baamonde y Roberto García Torrente

ta el 20,4% del total de las exportaciones de bienes de España y es la cuarta economía exportadora de la UE-27 con el 10,3% de las exportaciones agroalimentarias comunitarias.

España encadena dos décadas ininterrumpidas de superávit comercial del sector agroalimentario, pero el crecimiento registrado en 2020 fue muy importante, ya que se elevó un 25,4% hasta situarse en un máximo histórico de 18.429 millones de euros, el segundo superávit más alto de la UE-27 por detrás solo de Países Bajos.

El informe destaca el crecimiento del 1,1% en el número de empresas exportadoras del sector, que alcanza las 18.077 compañías, lo que es un rasgo a remarcar en el contexto de la crisis del Covid-19. También en este aspecto, la resiliencia del sector agroalimentario ha contrastado con la destrucción del tejido productivo exportador en el país durante 2020, con la desaparición del 6,3% de compañías exportadoras en el conjunto de sectores productivos.

Sobre este tema, Roberto García, director de Innovación Agroalimentaria de Cajamar, destaca la progresiva diversificación del destino de nuestras exportaciones. "Si en el año 2008 los 27 países que conforman la actual Unión Europea representaban

el 72,6% de nuestras ventas al exterior, actualmente suponen el 62,8%".

Por lo que respecta a la inversión empresarial en I+D, alcanzó los 354 millones de euros en 2018 -último dato disponible-, lo que representa un crecimiento del 11,7%, que casi duplica al registrado por

38%

La productividad del conjunto del sector se sitúa un 38% por encima de la media de la UE

el sector en la UE-27 (6,5%) y ayuda a disminuir la brecha que todavía existe con Europa, ya que el esfuerzo inversor del sector agroalimentario está por debajo del europeo desde hace más de diez años.

Next Generation

Para el presidente de Cajamar Eduardo Baamonde, los datos de este informe "aportan una información clave para conocer la evolución del sector y especialmente este año para adoptar decisiones sobre inversiones futuras a realizar con los fondos comunitarios y en concreto con los fondos Next Generation".



Una condecoración real entre podas y ordeños

El agricultor David Lafuente y la ganadera Noelia Aparicio dejaron durante unas horas el huerto y el rebaño de ovejas para recibir la Orden al Mérito Civil por su "ejemplaridad" Rafael Daniel.

avid Lafuente reconoce que la condecoración "ha sido una sorpresa que no esperaba porque no trabajas para esto, pero estoy agradecido. No necesito medallas porque ya las tengo en casa con mi mujer y mis niños, pero es un orgullo porque se ha valorado la profesión del agricultor, y por mis abuelos, que me inculcaron esto y por la gente que te quiere. Yo sigo trabajando igual de feliz, pero no me ha cambiado la vida", afirma este joven al que, de hecho, interrumpimos en plena faena en la huerta para con él hablar telefónicamente.

La ganadera leonesa Noelia Aparicio se muestra "superemocionada porque es un reconocimiento a mi marido y a mis hijos, que han estado conmigo al pie del cañón desde que comenzamos de cero la explotación. Y es un reconocimiento también a la gana-



Felipe VI impone la condecoración al horticultor riojano David Lafuente. Casa Real





El Rey posa con Noelia Aparicio y su marido, con el que la ganadera leonesa quiere compartir este reconocimiento. Casa Real

dería en general y a la de ovino en particular y más a los que producimos leche porque es la actividad más sacrificada ya que no dejas de estar en la explotación por la mañana y por la noche sí o sí". Nos cuenta que el día de la imposición de la Orden al Mérito Civil "por la mañana estaba con el Rey y por la noche ordeñando a las ovejas".

Noelia y David, dos de los 20 españoles condecorados por el Rey por su "ejemplaridad" durante la pandemia, comparten no solo la pasión por lo que hacen, sino también puntos comunes en sus trayectorias. En ambos casos su apuesta por el campo no fue fruto de la inercia, sino de una decisión meditada y valiente que les hizo comenzar desde la nada. Y los dos son, además, máximos exponentes de una agricultura y ganadería que pivota sobre la estructura familiar.

David era un ingeniero técnico con un máster en Agricultura Ecológica en el que no encajaba en su manera de pensar cómo se hacían las cosas en la industria alimentaria en la que trabajaba. La "curación gracias a la comida" de los problemas de salud de su hermana Ana, licenciada en Ciencias Empresariales, terminaron por fraguar el caldo de cultivo para que ambos decidiesen recuperar fincas familiares en desuso para montar "La huerta del Rizos", santo y seña de la agricultura ecológica en un lugar privilegiado como es el valle riojano de Iruega. "No teníamos cargas personales ni económicas gran-

des y nos lanzamos. El cultivo de la huerta era algo que habíamos vivido desde pequeños porque mi abuelo que era ganadero fue el que me lo inculcó. Vuelves a tu origen y recuperas las cosas que te gustaban. Estamos muy contentos, pero trabajando mucho", afirma David, que sigue siendo *el rizos* para sus amigos.

Con una producción 100% ecológica certificada "porque no sé hacerlo de otra manera y creo que es el camino que debemos seguir los jóvenes", *La huerta de Rizos* no solo es la mejor tarjeta de presentación de la agricultura orgánica en nuestro país, sino un foco en el que se irradia formación y concienciación.



La dureza de un oficio: "Por la mañana estaba con el Rey y por la noche ordeñando las ovejas"

"La idea era enseñar cómo cultivar de otra manera. Damos talleres de huerto urbano y ecológico. También recibimos visitas de familias y de colegios para acercar este tipo de producción", explica David. Una labor didáctica que empieza también con sus propios clientes. "Les hemos educado a que coman productos de temporada, cuando están en todo su esplendor, igual que hacían nuestros abuelos. Eso la gente lo entiende y estamos agradecidos".

La trayectoria ganadera de Noelia Aparicio comenzó en el año 2000. Con dos hijos y su marido trabajando en la ciudad tras siete años en la panadería familiar, apostaron por hacer realidad su sueño de "montar algo". Descartado el vacuno de leche "porque había que comprar cupo" y las cabras "por un incidente que tuve con una de pequeña", compraron 265 ovejas y un terreno donde levantar una nave "y de aquella también nos hicimos albañiles porque la construimos con nuestras propias manos". Y hasta ahora.

"Al comenzar o pones mucho entusiasmo, ilusión y ganas o abandonas. Pero nos animábamos el uno al otro" afirma esta mujer que irradia optimismo y encara sin titubeos la vida. "Cuando empezamos no quería ni echar cuentas. Había que pagar toda la inversión. Luego llegó la crisis de 2008, con bajos precios en la leche y altos en los piensos. Hemos resistido a base de echarle horas. Ahora estamos con un precio de la leche bueno, pero los cereales están por las nubes. Si a eso le sumamos cómo se nos está poniendo la luz y el gasóleo..."

Noelia es también una abanderada del trabajo de la mujer en el campo. Más bien de su reconoci-



Noelia Aparicio en su explotación ganadera. eE



David junto a su hermana Ana en la explotación hortícola. eE

miento porque "en el 90% de las granjas de ovino hay una mujer trabajando", dice. Para salir de esa sombra y que cuenten con los mismos derechos que los hombres, pertenece a la directiva de la Asociación de Mujeres Agroalimentarias de España (AMCAE). Además, esta ganadera leonesa de Carrizo del Río es la única presencia femenina en el Consejo Rector del Consorcio de Promoción del Ovino, donde afirma sentirse una más "porque siempre me han respetado mi opinión como ganadera".

"Trabajamos por el país"

David reconoce que "lo que más ilusión me ha hecho es que se reconozca la agricultura. Se ha premiado por el tema de la pandemia, pero también el proyecto de dos hermanos que intentan enseñar y formar y que demuestran que las cosas se pueden hacer de otra manera". Po ello reivindica, "precios justos" para un "oficio muy duro" en una explotación pequeña en la que todo es manual, desde la poda a la recolección, y que sigue la máxima de "cuidar el suelo para tener alimentos sanos. Se trata que el consumidor priorice los gastos en la alimentación, que la hemos dejado aparte y preferimos comprarnos una tablet o un móvil".

Noelia afirma que "hoy por hoy no me vería en otro sitio" y muestra su agradecimiento a que "la Casa Real se haya fijado en la ganadería para se pueda cambiar la imagen que se tiene de ella. Más respeto al medio ambiente, al bienestar animal que un ganadero no lo va a tener nadie. Nosotros tenemos una economía circular. Come la oveja, el estiércol va para el campo y de ahí de nuevo produce alimento para las ovejas. No hace falta estudiar tanto para saberlo. Pero se oyen tantas tonterías..." Concluye mostrando el "orgullo" de lo que hace junto a su marido y su hijo, incorporado también a la explotación agroganadera. "Estamos trabajando por el país", afirma.



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

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

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

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



30

elEconom15ta.

"La digitalización impulsará la incorporación de la mujer al campo"

La nueva responsable de Desarrollo de Concesionarios de John Deere Ibérica, Alicía García, augura un incremento del talento femenino en la red de puntos de venta del fabricante de maquinaria agrícola cuya reestructuración pilota para hacerlos "más grandes, ágiles y dirigidos por líderes transformadores"

Rafael Daniel Fotos: eF



Alicia García es una apasionada de la montaña

esde el pasado mes de enero, Alicia García es la responsable de Desarrollo de Concesionarios de John Deere Ibérica, el mismo departamento en el que hace 20 años comenzó una "aventura apasionante" atraída "por unos valores tan arraigados como la integridad, la calidad e innovación y su firme compromiso con los empleados" de la mítica firma de maquinaria agrícola.

Fallera como buena valenciana, fue en las largas estancias con sus abuelos, vinculados a la agricultura y la ganadería, en donde aprendió a entender "lo que implican las largas y duras jornadas en el campo y la pasión y el orgullo por lo que hacen". Amiga de los retos (su principal afición es la montaña) y de las actividades deportivas, se enfrenta profesionalmente a uno tan "inspirador" como ser parte de la transformación que John Deere inició hace un año con la puesta en marcha de estrategia Smart Industrial "para convertirnos en una empresa tecnológica y seguir siendo pioneros en ofrecer soluciones de alto valor a nuestros clientes".

Su responsabilidad dentro de la estrategia Smart Industrial, que asegura que "va a marcar un hito en la historia de John Deere tanto, en la de sus empleados, concesiones y clientes" es acometer una reestructuración de la red de concesionarios que tendrá "la misma ambición" que la planteada en 2005 por la compañía y que redujo de 116 a 30 los puntos de venta y a la que contribuyó con labores de apoyo en proyectos de mejora y de gestión del talento y de personas.

"En el sector estamos viviendo la revolución 4.0 basada en la conectividad y en la gestión de datos. John Deere es una compañía pionera y está jugando un papel clave desarrollando esa tecnología, pero también impulsando su adopción", afirma Alicia García. El eje de la estrategia "Smart Industrial" gira en torno a tres pilares: entender perfectamente los sistemas productivos de los clientes para alinearse con ellos y darles lo que realmente necesitan; desarrollar la tecnología más avanzada del mercado para ayudarles a reducir sus costes y mejorar sus beneficios de manera sostenible y ser capaces de ofrecer soluciones de alto valor durante todo el ciclo de



Alicia García posa con uno de los modelos del mítico fabricante de maquinaria agrícola.

vida útil de la maquinaria.

"Y todo esto lo queremos hacer con la mayor agilidad y velocidad para llegar antes a los clientes. Eso en gran medida es lo que ha exigido una nueva organización interna con equipos más colaborativos y dinámicos, pero también la reestructuración de la red de concesionarios. Al final hay que tener en cuenta que estamos desarrollando tecnología que va a marcar un salto cualitativo y cuantitativo en el sector agropecuario".

Por ello, es "imprescindible tener concesionarios de mayor tamaño, con mayor capacidad de inversión, muchos más ágiles, dirigidos por líderes transformadores y que al final faciliten la atracción y la fidelización de profesionales de alta cualificación capaces de entregar esas soluciones de tecnología puntera pero también dando una experiencia de cliente inigualable. Lo vamos a hacer con inteligencia y agilidad".

Y ahí las mujeres van a tener mucho que decir. "Va a haber un incremento del talento femenino en John Deere y en nuestras concesiones por esa transformación que estamos llevando a cabo, con un alto grado de profesionalización y digitalización", explica la directiva. El aumento de los perfiles femeninos en las concesiones viene siendo ya una realidad desde hace años, con un 17% de media de los puestos de dirección ocupados por mujeres, porcentaje que se reduce al 13% en mandos interme-

dios, el porcentaje más bajo es en el departamento de taller, dónde la oferta de empleo es elevada y continua, pero existe un elevado déficit de perfiles femeninos con estudios de FP.

La apuesta por la mujer está en línea con la política que a nivel corporativo y global lleva la compañía, elegida por Top Employers como uno de los mejores empleadores. "Respecto a la incorporación de mujeres en puestos de responsabilidad, una de nues-

20,7%

Es el porcentaje de mujeres con estudios superiores en el medio rural, el doble que los hombres

tras prioridades es incrementar el porcentaje de talento femenino en puestos de dirección y mandos intermedios (actualmente el 31% del equipo directivo lo forman mujeres, y un 33% el total de la plantilla). Trabajamos en dar a conocer John Deere, más allá de su actividad, por nuestra propuesta de valor, que ofrece un excelente ambiente de trabajo, programas de flexibilidad y conciliación, desarrollo profesional, beneficios de salud, bienestar económico y seguridad de futuro" añade la directiva.

"Y tan importante o tal vez más que la incorporación es la fidelización del gran talento femenino con



el que contamos actualmente", asegura para lo que John Deere dispone de programas específicos de desarrollo profesional o de mejora de la visibilidad de las mujeres en la compañía.

A pie de campo, Alicia García es optimista. "Año a año se están incorporando más mujeres al sector y conforme avance la digitalización va a ser mucho mayor", asegura, aunque advierte que queda mucho por hacer "erradicando desigualdades salariales, pero sobre todo facilitando políticas de conciliación y flexibilidad". A día de hoy, el 20,7 % de las mujeres en el medio rural cuenta con estudios universitarios, frente al 10,7% de los hombres, una relación que no tiene su traslado a las tasas de empleo. "Esto indica que muchas de las mujeres interesadas en el sector estén emigrando a zonas urbanas con mayor progresión profesional y donde encuentran empleos más cualificados, mejores condiciones salariales y medidas de conciliación. Factores como el envejecimiento de la población que incrementa el número de personas en situación de dependencia y que recae por norma general en mujeres, la discriminación salarial y la falta de prácticas de conciliación no facilitan la incorporación al mercado laboral".

Alicia García se muestra, sin embargo, esperanzada "porque los pilares ya están cimentados y se está avanzando a gran velocidad si comparamos con unos años atrás. Todos, empresas, organizaciones y gobierno debemos trabajar en seguir impulsando esa incorporación de las mujeres al medio rural erradicando las desigualdades de género, las diferencias salariales y con la puesta en marcha de políticas de diversidad, flexibilidad y conciliación. La propuesta de valor de John Deere es un compromiso firme en este sentido".

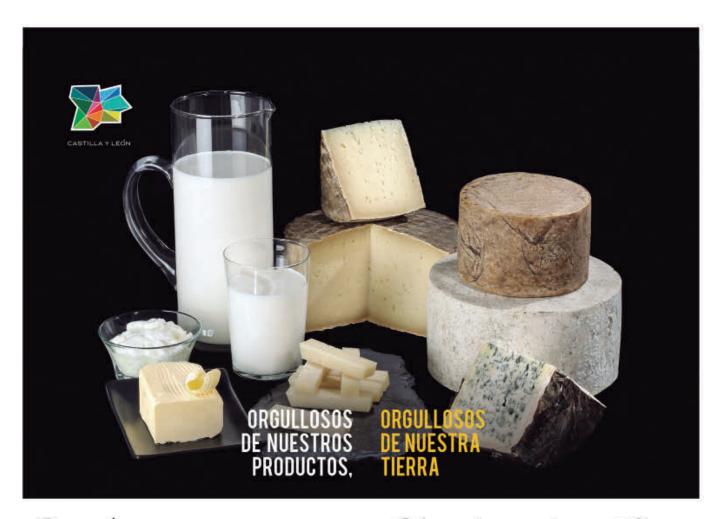
La directiva confía en que los Fondos Europeos contribuyan a acelerar la digitalización del sector, después de que los llamamientos realizados por John



"Con Smart Industrial queremos seguir siendo pioneros en dar soluciones de alto valor"

Deere junto a la patronal de los fabricantes Ansemat para destinar fondos del Plan Renove "no se han hecho realidad. Somos nosotros los que subvencionamos a nuestros clientes tanto con campañas promocionales como con la excelente propuesta de financiación que hacemos a través de John Deere Financial". En cuanto al mercado para 2021, prevé un buen año para su compañía y para el sector en general. "Este año está siendo muy dinámico y con muchos retos. El incremento del precio de los materiales, de los costes logísticos y la falta de suministros está imprimiendo mucha presión a los fabricantes. A pesar de todo, la demanda mundial está siendo muy potente".





Cuando consumes quesos de Castilla y León apuestas por la calidad y ayudas a nuestros ganaderos. ¿Cómo te gustan a ti? Consumiendo productos de Castilla y León nos ayudamos todos.

Visita: market.tierradesabor.es







El vino también ayuda a emprender en el mundo rural

Bodegas Bardos descorcha con Fademur el Proyecto Clea, con el que juntas pretenden impulsar iniciativas innovadoras con firma de mujer en zonas rurales

Natalia Calle. Fotos: elEconomista



Agro

elEconom15ta.



Los vinos de Bardos nacen de los viñedos más inhóspitos de la Ribera burgalesa.

trabajar de la Denominación de Origen Ribera del Duero, que acaba de poner en marcha el Proyecto Clea para devolver al mundo rural un poco de lo mucho que éste le da. El suyo es un brindis al emprendimiento femenino, a la sostenibilidad y a la innovación en esa España que algunos han dado en llamar vaciada y que otros, por el contrario, se empeñan en demostrar que está repleta de oportunidades.

Lo tenían claro. Cada vez en mayor medida, industrias y, más aún, pequeñas fábricas y artesanos siguen el modelo de las bodegas francesas a la hora de impulsar diferentes iniciativas -siempre con calado social-, para poner en valor sus viñas, el territorio, el origen y, con ello, cuales quiera que sean los productos a ellos asociados, y en Bodegas Bardos sabían que también querían seguir ese camino para, como objetivo final, "subir de nivel al mundo rural". Así lo explica Richi Arambarri, manager general de la empresa Vintae, de la que Bardos representa su ramificación en la Ribera del Duero burgalesa.

Según subraya el directivo de este grupo de origen riojano, Vintae siempre ha tenido muy presente ese compromiso con la tierra, el entorno y las gentes que arropan sus bodegas, y, hace dos años, cuando nació la idea de Clea, les pareció "idóneo" premiar el emprendimiento femenino en el medio rural como forma de reconocer el trabajo, muchas veces invisible, que miles de mujeres desempeñan en esos entornos y que hacen posible su sustento.

Los vinos de Bardos nacen de los viñedos más inhóspitos de la Ribera burgalesa, situados fundamentalmente entre los términos de Fuentemolinos y Moradillo de Roa, en el Páramo de Corcos, "a más de 940 metros de altitud", donde pese a las duras condiciones, viejas cepas sacan lo mejor de la tierra, como también lo hacen esas mujeres, valientes, que, igualmente, dan lo mejor de sí mismas para tirar del mundo rural. Precisamente por ello, el Proyecto Clea

7.000

La bodega de Ribera del Duero aportará 7.000 euros a la propuesta ganadora

nace aparejado a esta Bodegas Bardos que, para canalizar su iniciativa, ha encontrado, además, una aliada de excepción, la Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales Fademur.

"Teníamos buenas referencias de este colectivo, nos pusimos en contacto, nos conocimos y nos trasmitió buena energía", afirma Richi Arambarri sobre la alianza que ambas entidades han establecido para echar a andar este Proyecto Clea que, hace apenas un mes, abrió su convocatoria para premiar una propuesta emprendedora que deberá tener firma femenina, poner el foco en el medio rural y favorecer la

lucha contra la despoblación. Hasta el próximo 31 de octubre podrán presentarse, a través de la web de la lanzadera de emprendimiento rural de Fademur, Ruraltivity, las candidaturas a este premio Clea que Bodegas Bardos acompaña con 7.000 euros. "Esperamos más en calidad, que en cantidad", afirma el director general de Vintae y Bardos sobre las expectativas que el grupo bodeguero tiene sobre este galardón para cuya concesión también se tendrán en cuenta aspectos como el número de mujeres que lideren o participen en la iniciativa presentada, su impacto social, que responda a criterios de



"Si dentro de diez años tenemos 10 empresas femeninas en el medio rural, será un exitazo"

sostenibilidad medioambiental, el establecimiento de sinergias con otros sectores del entorno en el que se afinque, su acoplamiento a la transformación digital, su carácter diferencial y su aportación de valor añadido al medio rural.

En lo que al objetivo general del Proyecto Clea se refiere, según Arambarri esta iniciativa de Bardos es "sólo un granito de arena", pero, por supuesto, aspira a mantenerse en lo sucesivo para seguir empujando al mundo rural y el valor del trabajo femenino dentro de él, hacia ese nivel superior. "Si dentro de diez años tenemos diez empresas femeninas afianzadas en el medio rural, será un exitazo", rubrica. No cabe, pues, restarle mérito a una empresa que invita a otras a que "se piquen". "No somos más



Las iniciativas podrán presentarse hasta el 31 de octubre.

que una pyme entre 4.000 bodegas, pero la suma de pequeños proyectos es la que fructifica en grandes cosas", subraya el manager general de Vintae.

Crianza conmemorativo aparejado

Antes de fin de año se conocerá la iniciativa ganadora; un estreno por el que Bodegas Bardos brinda con un nuevo vino bautizado con el nombre Clea. Se trata de un crianza 2018 de edición limitada, explica Richi Arambarri, "de elaboración muy delicada con tinta del país o tinta fina tempranillo, de maderación muy corta, muy aromático en nariz a muchas frutas y que aporta en boca sedosidad, frescura y delicadeza" y que pondrá en su contraetiqueta el proyecto al que está vinculado para que el consumidor sepa que aporta su granito de arena.



De arraigo al mundo rural saben mucho las miles de bodegas dispersas por la geografía española.



En Banco Sabadell ponemos a su disposición una línea de financiación para operaciones con aval de la Sociedad Anónima Estatal de Caución Agraria.

En Banco Sabadell damos respuesta a las necesidades del negocio agrario.

Sabadell Agro, la app gratuita pensada para usted y su sector. ¿A qué espera para descargarla?







Agro

elEconom15ta.



La entidad financiera ha lanzado una línea de financiación para maquinaria agrícola. iStock

"La transformación digital del agro es una gran apuesta del Santander"

El Plan Renove de Maquinaria Agrícola, con financiación a la carta, se suma a las múltiples iniciativas que la entidad financiera ha puesto en marcha para facilitar la transición a una Agricultura 4.0, como el cuaderno digital, los préstamos I+D+i, la 'app' para el sector agroalimentario o el apoyo a las 'startups'

elEconomista

l impulso a la digitalización del campo no llega solo de la mano de las administraciones públicas, las empresas de semillas y sanidad vegetal, los fabricantes de maquinaria o las organizaciones agrarias. Algunas de las entidades financieras referentes en el sector se han sumado también a una ofensiva que pretende conjugar la rentabilidad económica de los productores con un futuro sostenible medioambientalmente.

Un buen ejemplo, lo representa Santander, que suma a sus múltiples iniciativas para una rápida transición a la Agricultura 4.0, el Plan Renove Maquinaria Agrícola enfocado especialmente a la digitalización y sostenibilidad.

En nuestro país, el 55% de la maquinaria tiene más de 18 años de antigüedad, y con los nuevos vehículos de precisión, los agricultores podrán reducir has-



ta en un 25% las emisiones de CO2 y generar ahorros de costes en los insumos de las explotaciones.

Las propuestas de financiación de maquinaria que ha lanzado Santander pretenden hacer accesible para todos los productores esa digitalización. Así, ofrece las modalidades de préstamo o leasing, con plazos de hasta siete años y con cuotas de amortización mensuales, trimestrales, semestrales o

"Posibilitar la transformación digital del sector es una de nuestras apuestas más importantes", afirma Lorena Ruiz, directora de Negocio Agro de Santander, quien recuerda otras iniciativas en esta dirección como el Préstamo I+D+I Agro y el Cuaderno de Campo Digital, una herramienta que permite a los empresarios registrar toda la información de sus explotaciones, uso de fitosanitarios, tipo de semillas, cabeza de ganado o maguinaria agrícola, para una agricultura más sostenible y digital.

Santander presume de haber sido la primera entidad financiera que posibilitó a sus clientes anticipar la PAC mediante canales digitales o en lanzar una app orientada al sector agroalimentario, que ofrece información completa para cubrir las necesidades de los agricultores y ganaderos: noticias de actualidad del mundo agro, precios de las principales lonjas y mercados, subvenciones, plataforma gratuita para clientes y no clientes que quieran estar al día de las noticias relacionadas con la actividad agraria y ganadera.

Lorena Ruiz subraya también la convocatoria lanzada por la entidad dirigida a iniciativas de startups.



La entidad ha financiado al sector agroalimentario hasta junio con 1.900 millones

Se trata de The Call Agro, una iniciativa de innovación abierta que busca atraer startups con soluciones innovadoras para impulsar la digitalización y sostenibilidad del sector agroalimentario en España y Portugal. Los retos planteados han sido la transición a productos más rentables, la profesionalización de las cosechas, la optimización en el uso de fertilizantes, productos fitosanitarios y agua y por último, las soluciones para el cultivo, distribución y generación de demanda de productos ecológicos.

"Con esta iniciativa gueremos poner de relieve que, desde hace años, en Santander promovemos soluciones digitales y disruptivas, financieras y no financieras, que ayudan a nuestros clientes a crecer en rentabilidad, nuevos productos y mejoras en la eficiencia de sus explotaciones", añade la directiva.



Lorena Ruiz, directora de Negocio Agro de Santander. eE

La entidad ha apoyado al sector agroalimentario español con 1.900 millones de euros en el primer semestre de este año, un 14% y en niveles precrisis. "La actividad productiva española se ha convertido en uno de los principales motores de su economía, tanto por su aportación al PIB como por los empleos que representa. Santander siempre ha tenido muy presente su papel de catalizador del crédito hacia la economía real, de ahí que nuestro compromiso con todos los que forman parte del agro español sea absoluto", asegura Lorena Ruiz, quien destaca la agilidad del banco a la hora de resolver las propuestas de financiación de agricultores y ganaderos gracias a una red de 1.000 especialistas repartidos por sus 1.100 oficinas agro, que atienden a los más de 415.000 clientes con los que el banco cuenta en este sector.

La maquinaria agrícola da el salto a las subastas virtuales

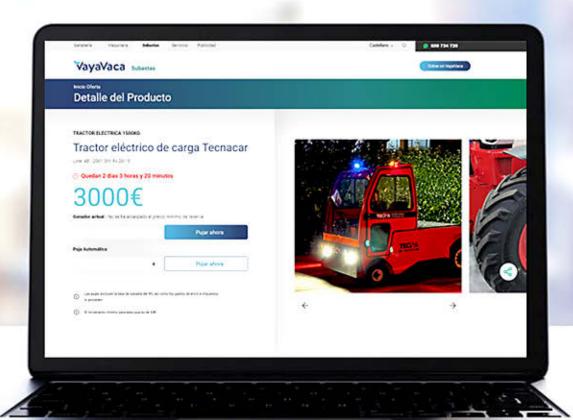
VayaVaca, la plataforma de compraventa de ganado 'online' creada por Seresco, amplía miras y abre esta nueva puerta a los profesionales del sector a partir del 3 de septiembre. Ya se han inscrito más de 40 vendedores

elEconomista. Fotos: eE

ranscurrido apenas un año y medio desde que Seresco accionara el botón de puesta en marcha de VayaVaca y sólo diez meses después de que lanzara la primera de sus subastas virtuales de vacuno, la empresa de desarrollo de soluciones de software y prestación de servicios TIC incorpora una innovadora funcionalidad a su plataforma tecnológica y app de compraventa de ganado online creada con la colaboración de Banco Sabadell. De la mano, esta vez, de GAM (General de Alquiler de Maquinaria) y de Asaja, la compañía familiar de origen asturiano abre nueva puja y, con el aval

de los buenos datos cosechados con el ganado, diversifica VayaVaca para que, ahora también, la maquinaria agrícola desembarque en el mundo de las subastas vía internet.

La motivación que impulsa la apertura de este nuevo camino es la misma que en las anteriores ocasiones, afirma el director del Área de Consultoría y Software de Seresco, Rubén Pérez Sobrino: "introducir los beneficios del comercio *online* en la agroganadería"; beneficios relacionados con comodidad, puesta en la puerta de casa, ahorro de tiempo y de desplaza-



Plataforma de maquinaria de VayaVaca.

mientos o posibilidad de realizar comparativas en un clic, que, en definitiva, se traducen en la obtención del producto al mejor precio por parte de los profesionales de un sector muy castigado y al que ayudas de este tipo le vienen como agua de mayo.

El próximo 3 de septiembre, VayaVaca inaugurará su primera subasta de maquinaria *online*, manteniéndose abierto el periodo de puja a lo largo de un mes para que los interesados puedan buscar, comparar y plantear su oferta si finalmente lo desean. La idea, afirma Pérez Sobrino, "es que haya unos 200-300 elementos máximo", en esta subasta de estreno para la que ya se han inscrito más de 40 vendedores, "mayoritariamente de tractores". De superarse esa cifra en número considerable, Seresco dividirá el material y promoverá un segundo concurso "lo más inmediatamente posible".

Al menos cuatro subastas regulares al año son las que pretende desarrollar VayaVaca con todo tipo de maquinaria agroganadera como protagonista, pudiendo acceder a ellas sus más de 2.500 actuales usuarios, así como aquellos que completen su alta gratuita en el portal. Y para que sean un éxito, la compañía asturiana promotora de la plataforma cuenta con dos fuertes: GAM, cuyos especialistas se encar-



La idea es realizar cuatro subastas anuales con hasta 400 máquinas en cada una

garán de examinar cada aparato participante para realizar un informe técnico sobre él y tomar fotografías adecuadas que lo doten "de un buen envoltorio" y de garantías con las que presentarlo en el catálogo de la subasta, y Asaja, OPA que ha tomado la mano tendida por Seresco para dar a conocer esta plataforma entre sus asociados y acercarles los beneficios que pone al alcance de su mano.

El "Amazon de la maquinaria agrícola"

Más allá de las subastas, VayaVaca abrirá también -como ya ha hecho con el ganado-, un espacio para que agricultores y ganaderos puedan interactuar y comprar y vender maquinaria de acuerdo a sus necesidades; un mercado con garantías, pero sin límites geográficos, al que, además, se sumará, "previsiblemente a final de año", un gran escaparate virtual que, según Pérez Sobrino, puede erigirse en el "Amazon de la maguinaria agrícola". Para darle forma, ya trabaja en la formalización de alianzas con diferentes marcas para la distribución directa y en el establecimiento de acuerdos con concesionarios que quieran utilizar su plataforma. La compañía busca, así, dar continuidad a la brillante estela dibujada por VayaVaca, cuyas subastas han permitido ahorrar 17.933 kilómetros a los compradores.



La perla del monte se sube a la banda ancha

Trufbox mejora sus ventas 'online' un 200% en el año de la pandemia y acerca ya trufa de temporada a un millar de particulares y más de un centenar de restaurantes

elEconomista. Fotos: eE



i durante la pandemia sanitaria ha existido para muchos una especial válvula de escape, esa ha estado, sin duda, entre fogones. Y en ese obligado, a la par que placentero, viaje a través de la cocina al que nos han empujado confinamiento y restricciones, parece que no han sido pocos los que han descubierto las posibilidades y el potencial gastronómico de la perla del monte. Así lo ratifica Trufbox, que, en esta nueva tesitura, ha visto coger la directa a sus trufas de temporada en el canal online, incrementándose sus ventas "un 200%" y haciendo del pasado su "mejor ejercicio" en lo que a esta vía de comercialización se refiere. La banda ancha se ha convertido así, para esta spinoff nacida en 2015, en perfecta aliada para cumplir uno de los principales objetivos que se marcó en su arranque, el de "democratizar" y "facilitar el consumo en España" de uno de los recursos forestales más preciados y, hasta hace bien poco, más elitistas; hasta tal punto, que en su cartera de clientes están ya los nombres de más de un millar de particulares y más de un centenar de restaurantes.





Las propiedades culinarias de la trufa han llegado a las domicilios particulares durante la pandemia.

"Por la triste razón del Covid, la gente ha cocinado mucho más en casa y se ha puesto las pilas de un modo especial en la búsqueda de productos naturales", afirma Marta de Pablo Velado, especialista en marketing digital, analista de negocio y gerente de esta pequeña empresa que partía en el inicio de la pandemia con una clara ventaja competitiva: "Hemos hecho un especial esfuerzo para tener el terreno abonado y contamos con una web asentada, con una clientela fiel y en, posicionamiento web, estamos a la par que otras con más músculo", señala para explicar cómo la confluencia de estos dos factores han lanzado las ventas *online* de sus trufas.

Eso sí, en ese caso tampoco todo el monte es orégano. Y es que, este formidable dato, afirma quien además acaba de convertirse en accionista mayoritaria de Trufbox, no ha servido sino para, precisamente, compensar de alguna manera la caída -igualmente fuerte-, de las compras provenientes de la restauración; una demanda que, no obstante, comienza a remontar a la par que se levantan las restricciones.

A despegar en exportaciones

Con el verano a vistas, el canal Horeca comenzó a solicitar con cierta alegría el apreciado hongo; trufa que, en el caso de la dispensada por Trufbox es siempre de temporada y, en la época que nos ocupa, trufa de verano, en este caso producida de forma natu-

ral y silvestre y recogida en montes de Soria. No es la mejor -la trufa blanca de Alba o del Piamonte es la más exclusiva y apreciada, llegando a pagarse la temporada pasada a 1.900 euros el kilo, ni tampoco puede competir con la intensidad de la trufa negra, pero ésta de verano es más económica -su precio actual ronda los 240 euros por kilo-, y ese es un factor de peso para que las ventas de la perla del monte en restauración reafirmen esa remontada.

También espera Marta de Pablo que se recuperen las ventas al exterior, muy resentidas igualmente por la pandemia, pero que constituyen un importante nicho para un país como el nuestro, uno de los principales productores de la variedad negra, que no sólo logra los mejores parámetros de calidad en los bosques españoles -especialmente en zonas de Soria, Teruel, Huesca y Alto y Bajo Maestrazgo-, sino que, además, se puede considerar un diamante en bruto con grandes perspectivas de crecimiento pues no se llega a cubrir su demanda mundial.

Con ese potencial en el punto de mira, Trufbox ha comenzado a trabajar con el Instituto para la Competitividad Empresarial de Castilla y León, junto al que prevé abrir nuevas vías de exportación a países árabes, de América Latina y Asia, con los que diversificará unas ventas hasta ahora más centradas en Portugal, Andorra, Alemania, Holanda, Francia y por supuesto, España.

Una revolución que continúa

En la actualidad, la empresa que ha revolucionado la comercialización de la trufa fresca de temporada, acercándola a cualquier cliente de la geografía española en solo 24 horas en una innovadora caja, cuenta con 30 hectáreas propias -"no todas en producción todavía"-. Gracias a ellas -de producción ecológica certificada-, y a su puñado de proveedores de confianza, que recogen trufas en zonas salvajes de Soria, comercializa alrededor de 300 kilos de trufa al año de las distintas variedades: negra, de diciembre a marzo; bianchetto, en primavera; de verano, entre junio v agosto, v trufa blanca de Alba, el gran manjar que importa de Italia y que vende en su momento óptimo durante los meses de octubre y noviembre. Además, Trufbox ha establecido acuerdos comerciales con otras empresas como Mykés Gourmet, de Soria, para lanzar productos como mieles, queso, mantequilla, chocolate, sal o aceite de oliva virgen extra con trufa, y ya trabaja en I+D para lanzar productos que traspasen la barrera del trufado y se elaboren íntegramente con trufa.

Trufbox apuesta también por el 'trufiturismo" ofreciendo experiencias únicas para conocer la trufa y conectar con el entorno natural y la gastronomía. Una propuesta diferente también para eventos de empresa.



Soria es una de las principales productoras de este manjar.

Asimismo, como "la esencia de Trufbox está en el monte", subraya con ahínco Marta de Pablo, y para poder seguir creciendo, la empresa que hace seis años impulsaron el micólogo Jaime Olaizola, el experto en innovación tecnológica David Francés, y el ingeniero agrícola Sergio Labanda, presta una especial atención "a la reforestación de zonas esquilmadas por la actividad agrícola extensiva" con encinas micorrizadas que, además de "devolverlas sus ecosistemas", mejorarán el rendimiento productivo propio de Trufbox.

Hacer truficultura

No obstante, más allá de acercar trufa fresca y con un exhaustivo control de trazabilidad y calidad, directamente de la tierra a la puerta de cualquier particular o restaurante, e incluso a las cocinas del Basque Culinary Center, la prestigiosa institución académica y de investigación de San Sebastián a la que Trufbox provee habitualmente, la empresa que hoy dirige Marta de Pablo y de cuyos controles de calidad de producto, gestión de producción y trazabilidad se encarga una bióloga, no descuida otros de sus grandes objetivos fundacionales: hacer docencia de la truficultura -a la que se presta una importante dedicación en la propia web-; crear sinergias con otros sectores del entorno rural para potenciar el trufiturismo -elabora paquetes a medida-, y combatir las dos grandes amenazas que se ciernen sobre la perla de nuestros montes: un mercado negro en el que la venta de trufa se realiza sin ninguna garantía de seguridad alimentaria ni trazabilidad, y la desvirtuación culinaria de este manjar al que hay que saber tratar.

Sobre este último aspecto, reconoce Marta haberse topado no pocas veces con personas que aluden a la falta de sabor u olor de la trufa. Y es que, la



Marta de Pablo, gerente y propietaria de Trufbox.

proliferación de productos aromatizados con esencias sintéticas -en ocasiones incluso perjudiciales para la salud-, que tratan de emular a la trufa, están engañando a nuestros sentidos, hasta el punto de que dejamos de ser capaces de identificar la auténtica trufa, un producto de "sabor muy liviano" y que encuentra su verdadera razón de ser en el trufado de otros productos.

Cómo trufar

"Se trufa metiendo el hongo en la nevera, durante 48 horas, en un tupper cerrado no herméticamente y junto al producto que gueramos trufar", que capta ese aroma de la trufa y luego se sirve, convertido en delicatessen, con láminas o virutas de la misma para darle un toque de distinción al plato. Eso sí, para un resultado óptimo, la trufa ha de ser fresca y encontrarse en perfectas condiciones, y su vida útil es "de 10-15 días", por lo que, una vez en nuestra nevera, hay que exprimir al máximo, en ese periodo concreto, ese potencial culinario que ha conquistado las cocinas más exquisitas del mundo.



Ence: gestión forestal más allá del aprovechamiento sostenible de la madera

Corcho, biomasa, pastos para el ganado, miel o actividades cinegéticas son algunos de los beneficios económicos y sociales que aporta al entorno rural la gestión de las 48.000 hectáreas de eucalipto y monte mediterráneo en Andalucía

elEconomista. Foto: eE

nce ha destacado que su gestión del patrimonio forestal "va más allá del aprovechamiento sostenible de la madera". La compañía gestiona en Andalucía, especialmente en Huelva y Sevilla, unas 36.000 hectáreas de eucaliptal y unas 12.000 de monte mediterráneo, -unas 48.000 en total-, donde aprovecha con el máximo respeto ambiental todos los recursos naturales como son el corcho, la biomasa, los pastos para ganadería o la apicultura. De este modo, el objetivo pasa por "perpetuar en el tiempo todos los recursos y generar beneficios económicos y sociales en el necesitado entorno rural".

Además de la madera, Ence aprovecha los restos forestales, que valoriza energéticamente en su complejo industrial de Huelva como biomasa. Es también el principal productor onubense de corcho.

En concreto, la compañía mantiene unas 1.500 hectáreas de alcornocal en producción corchera donde se recogen unos 1.200 quintales anuales de corcho de alta calidad con destino a empresas onubenses, para su transformación, o a cooperativas de la zona, como es el caso de la Cooperativa San José de Berrocal de la que Ence es socia.

Destaca, por su interés social y la calidad de la miel producida en eucaliptales, el medio centenar de negocios apícolas presentes en espacios forestales gestionados por Ence. Estas empresas locales mantienen más de 33.500 colmenas, la mayor parte de ellas en las más de 33.000 hectáreas que la compañía tiene arrendadas con este fin.

Otra sinergia sostenible entre la actividad humana y la naturaleza, y un aprovechamiento natural de los montes gestionados por Ence, es la actividad pascícola. La compañía mantiene dedicadas a esta actividad casi 11.500 hectáreas, donde pacen más de 5.200 cabezas de ganado ovino, caprino, bovino, porcino y equino de familias ganaderas de las zonas rurales del entorno.

El aprovechamiento cinegético, la recogida de setas o la recolección de brotes de distintas especies de eucalipto con fines ornamentales, son otros re-



Ence mantiene 1.500 hectáreas de alcornocal en producción corchera.

cursos agroforestales que se aprovechan en el espacio natural y que colaboran en el mantenimiento sostenible de los montes.

Certificaciones internacionales

De otro lado, han remarcado que la gestión forestal de Ence, avalada por las certificaciones internacionales de mayor reconocimiento, se basa en planificar, prevenir e innovar "de forma continua" para garantizar la permanencia en el tiempo de todos los valiosos recursos ambientales, económicos y sociales del medio natural.

Es lo que mejor garantiza la protección de los montes forestales, para que sigan ofreciendo a la sociedad los múltiples beneficios que brindan: empleo, actividad económica, biodiversidad, oxígeno y fijación de CO2, entre otras externalidades imprescindibles para nuestra calidad de vida, afirman desde la compañía.



AHORRO Y GESTIÓN SOSTENIBLE

MEJORA EL USO DEL AGUA Y HAZ TU EXPLOTACIÓN MÁS SOSTENIBLE

Pregúntanos por las líneas de financiación para la optimización y mejora del uso del agua.















in





Para empezar, es necesario el asesoramiento de personas cualificadas.

Buenas prácticas en el uso de fitosanitarios: antes de la aplicación

A la hora de proceder a la aplicación de cualquier tratamiento para prevenir o o eleminar una plaga o enfermedad en los cultivos será esencial tener en cuentas estas medidas

elEconomista. Foto: eE

o cabe duda de que la aplicación de soluciones de sanidad vegetal, y en concreto de tratamientos fitosanitarios, genera unos beneficios sumamente positivos en aquellos cultivos en los que la presencia de una plaga, enfermedad o mala hierba puede poner en riesgo su germinación, crecimiento o desarrollo óptimo.

No obstante, será igualmente necesario poner en práctica todas aquellas medidas que, por un lado, contribuyan a incrementar al máximo la efectividad del tratamiento a aplicar y, al mismo tiempo, garanticen la protección máxima de las personas que se responsabilizarán de esta tarea, evitando cualquier riesgo o imprevisto que pueda afectar a su seguridad.

Por este motivo, desde la Asociación Empresarial para la Protección de las Plantas (AEPLA) queremos aprovechar este espacio para recordarte qué actuaciones preventivas debes contemplar con carácter previo a la aplicación de cualquier tratamiento fitosanitario en tus cultivos agrícolas.

En primer lugar, y como norma general durante todo el proceso, debes tener presente que antes de tomar cualquier decisión será preciso que solicites el asesoramiento especializado de personas que cuenten con la cualificación requerida tanto para la identificación del problema como para la aplicación de la mejor solución en cada caso.

Del mismo modo, será de una extraordinaria importancia que confíes únicamente en productos fitosanitarios que cuenten con la correspondiente homologación, registro y autorización para su uso en nuestro país, y de forma específica para combatir la plaga, enfermedad o mala hierba detectada en tu explotación.

A partir de estas dos primeras premisas, y una vez elegido el producto o tratamiento más indicado para utilizar en el cultivo, será el momento de revisar detenidamente la información que refleja su etiquetado, y muy especialmente en cuanto a sus reque-



Es de extraordinaria importancia utilizar solo productos con homologación y autorización

rimientos óptimos de transporte, almacenamiento y aplicación.

Asimismo, también será indispensable que respetes en todo momento la dosis recomendada por el fabricante, ya que es quien mejor conoce el rendimiento que puede alcanzar el tratamiento sobre el problema detectado, así como sobre el entorno en el que se aplicará, gracias a los múltiples estudios y pruebas técnicas realizadas con anterioridad a su homologación y comercialización.

Antes de comenzar con los preparativos necesarios para la aplicación del tratamiento fitosanitario, no olvides revisar que tus equipos de aplicación e instrumentos de protección individual se encuentran en perfecto estado, procediendo a su subsanación o renovación inmediata en caso de que no sea así.

Por último, si resulta preciso realizar la mezcla del producto fitosanitario con otro componente o fluido, como puede ser su disolución en agua, recuerda hacerlo utilizando siempre tus equipos de protección, para evitar así cualquier posible contratiempo.





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

La UE apuesta por zonas rurales más fuertes, conectadas, resilientes y prósperas antes de 2040

uando cuestiones como la despoblación o polémicas en torno al consumo de productos que repercuten en la actividad agropecuaria están de plena actualidad, la Comisión Europea ha publicado su visión sobre las zonas rurales de aquí a 2040 en la que se plantean los retos y problemas que han de afrontarse para lograr que la UE rural salga adelante y tenga un futuro alentador.

Como decía la presidenta Von der Leyen en 2019: "Nuestras zonas rurales son el tejido de nuestra sociedad y el latido de nuestra economía. La diversidad del paisaje, la cultura y el patrimonio son una de las características más importantes de Europa. Son una parte esencial de nuestra identidad y de nuestro potencial económico. Valoraremos y preservaremos nuestras zonas rurales e invertiremos en su futuro".

Las distintas iniciativas que quiere desarrollar la UE podemos verlas reflejadas en el documento de la Comisión Europea *Una Visión a largo plazo para las zonas rurales de la UE: hacia unas zonas rurales más fuertes, conectadas, resilientes y prósperas antes de 2040.* Se ha realizado un análisis integral sobre la situación de las zonas rurales de la UE para proponer acciones en diferentes líneas con el objetivo de mejorar sensiblemente la situación de estas zonas del territorio comunitario, hay que recordar que estas zonas representan casi un 30% de la población (137 millones de habitantes) y más del 80% del territorio de la Unión.

La UE quiere lograr en los próximos 20 años que las zonas rurales alcancen estos objetivos: Por un lado, convertirse en espacios atractivos con un desarrollo territorial armonioso, liberando su potencial específico, convirtiéndolos en lugares que ofrecen oportunidades y ofreciendo soluciones locales para ayudar a abordar los efectos locales de los retos globales.

Por otro, participar en la gobernanza multinivel y local, desarrollando estrategias integradas que empleen enfoques colaborativos y participativos, beneficiándose de combinaciones de políticas diseñadas a medida e interdependencias entre las zonas urbanas y rurales. Las zonas rurales serán proveedores de seguri-



dad alimentaria, oportunidades económicas, bienes y servicios para la sociedad en general, como materiales y energía de origen biológico, pero también productos locales, comunitarios y de alta calidad y energías renovables, conservando un porcentaje justo del valor generado.

Se convertirán en comunidades dinámicas centradas en el bienestar, incluidos los medios de subsistencia, la equidad, la prosperidad y la calidad de vida, en las que las personas vivan y trabajen bien juntas, con una adecuada capacidad de apoyo mutuo. Por tanto, en comunidades inclusivas de solidaridad, equidad y renovación intergeneracional, abiertas a los recién llegados y que fomenten la igualdad de oportunidades para todos. Fuentes de naturaleza, mejoradas por los objetivos del Pacto Verde y que contribuyan a este, como es la neutralidad climática, así como la gestión sostenible de los recursos naturales. Se beneficien plenamente de la innovación digital con el mismo acceso a las tecnologías emergentes, la alfabetización digital generalizada y las oportunidades para adquirir capacidades más avanzadas.

Todos estos objetivos podrán lograrse mediante el desarrollo e implementación de las políticas adecuadas que se plasmarán en el Pacto Rural y el Plan de Ac-

ción Rural de la UE. El Pacto será la herramienta fundamental para asegurar la participación y cooperación de todos los agentes, en todos los ámbitos: comunitario, nacional, regional y local.

El éxito del Plan de Acción Rural de la UE pasa por la interacción, no sólo de todos los niveles de gobernanza, sino también de las distintas estrategias y políticas que la UE está desarrollando y tienen una implicación directa e indirecta en el ámbito rural. No debemos olvidar el Pacto Verde y la Estrategia de la Granja a la Mesa, son dos actuaciones fundamentales para llevar a buen puerto estas iniciativas.

En el caso del Pacto Verde, las zonas rurales tendrán un papel muy relevante para lograr que la UE sea el primer continente climáticamente neutro antes de 2050. La transición verde exigirá el desarrollo de asociaciones en todas las actividades económicas de las zonas rurales, entre empresas de todos los sectores, autoridades locales, investigadores y servicios basados en la innovación, el intercambio de conocimientos y la cooperación, incluidos los procesos de especialización inteligentes.

Otra política fundamental para el relanzamiento del mundo rural es la de la Estrategia *De la Granja a la Mesa* que, como consecuencia de la evolución de la demanda por parte de los consumidores de alimentos de mayor calidad, más sostenibles y saludables, incluidos los productos ecológicos, puede generar nuevas oportunidades para los agricultores y la economía rural.

Ahora bien, hay que tener en cuenta que únicamente con Políticas y Estrategias no se podrán alcanzar los objetivos propuestos, para asegurar que se consigue lo que la UE pretende es necesario que la legislación también esté alineada con estos planteamientos. Ante esta situación se aplicará un mecanismo de verificación rural, especialmente para evaluar de forma anticipada la repercusión de las principales iniciativas legislativas de la UE en las zonas rurales. Su finalidad será garantizar la coherencia, consistencia y complementariedad entre políticas para el beneficio de las zonas y comunidades rurales.

En consecuencia, estamos ante un planteamiento por parte de la UE que ha de cambiar sensiblemente la situación del mundo rural en las próximas décadas. Es fundamental que las ideas que ahora ha puesto de manifiesto la Comisión Europea se vean acompañadas de hechos concretos y medidas que nos permitan avanzar.



Es fundamental que las ideas que ahora ha puesto de manifiesto la CE se

acompañen de hechos y medidas concretos





Castilla y León amplía las líneas de apoyo a cooperativas

Castilla y León ha convocado las ayudas para promover el dimensionamiento y planificación del cooperativismo agroalimentario. Entre las novedades, se contemplan dos nuevas actividades subvencionables: el apoyo a actividades de mejora profesional en innovación y las ayudas al desarrollo de nuevos productos o servicios o lanzar aquellos preexistentes en nuevos mercados. El plazo de recepción de solicitudes es hasta el 11 de octubre.



Calificación de "excelente" para los Vinos de Navarra

El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Navarra ha otorgado la máxima calificación, "excelente", a la añada de 2020, tras el análisis del informe de valoración de la sección de Viticultura y Enología del Gobierno regional y las puntuaciones de la cata. En los vinos tintos se observa una graduación alcohólica menor a la de otros años, con una buena acidez e intensidad de color. Los rosados y blancos son equilibrados, aromáticos, frutales y frescos.

Unión de Uniones pide para el porcino alternativas a China

Unión de Uniones ha señalado la necesidad de "buscar alternativas" para superar la crisis a la que empieza a enfrentarse el sector porcino español, tras el anuncio por parte de China de que reducirá sus importaciones de la carne de cerdo. El mercado chino ha representado para el sector porcino español el 55% de las exportaciones totales de carne de cerdo durante el primer trimestre de 2021.

Los frutos rojos piden optar a los fondos Next Generation

Freshuelva ha reclamado la inclusión de los frutos rojos en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia que el Gobierno enmarca en los fondos europeos Next Generation EU. La asociación ha presentado ante la Dirección General de Producciones y Mercados Agrarios del Ministerio alegaciones al proyecto de Real Decreto por el que se establecen las bases para la concesión de ayudas.

¿Quién paga los gastos de notario y registro en la compraventa de una finca rústica?

asesora de Agronews Castilla y León

Las partes pueden pactar libremente quién debe abonarlos. Si no lo hacen o dicen que se haga según ley habrá que atenerse a lo que dice el artículo 1455 del Código Civil: Los gastos de otorgamiento de escritura pública son de cuenta del vendedor y los de primera copia y posteriores a la venta de cuenta del comprador. Aunque en la práctica habitual lo normal es que se pacte que éste último asuma todos los gastos de notaría y registro.

Los gastos correspondientes a la cancelación de una hipoteca previamente a la venta son de cuenta exclusiva del deudor hipotecario, es decir del vendedor

Mientras, los gastos de la inscripción de la escritura en el Registro de la Propiedad son de cuenta del comprador. Los de gestoría y tramitación del expediente, los pagará el que los haya contratado, salvo pacto.

En cuanto a los impuestos, el vendedor en su declaración de IRPF anual tributará por la ganancia o pérdida patrimonial.

El comprador deberá pagar el Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales.

El Impuesto sobre Bienes Inmuebles correspondiente al año en el que se formaliza la compraventa corresponde pagarlo al vendedor, siempre salvo pacto en contrario.

Como estamos hablando de transmisión de fincas rústicas, no hay Impuesto sobre el Incremento de Bienes de Naturaleza Urbana (la conocida plusva-lía), que si lo habría para viviendas y deberá pagar-lo el vendedor.

DISFRUTE DE LAS REVISTAS DIGITALES

de el Economista.es

Digital 4.0 | Factoría & Tecnología

elEconomista.es

Franquicias | Pymes y Emprendedores

elEconomista.es

Comunitat Valenciana

elEconomista.es

País Vasco

elEconomista.es

Andalucía

elEconomista.es

Transporte

elEconomista.es

Seguros

elEconomista.es

Inversión a fondo

elEconomista.es

Pensiones

elEconomista.es

Turismo

elEconomista.es

Alimentación y Gran Consumo

Buen Gobierno | Iuris&lex y RSC

elEconomista.es

Agua y Medio Ambiente

elEconomista.es

Capital Privado

elEconomista.es

Energía

elEconomista.es

Catalunya

elEconomista.es

Inmobiliaria

elEconomista.es

Agro

elEconomista.es

Sanidad



Puede acceder y descargar la revista gratuita desde su dispositivo en https://revistas.eleconomista.es/





CRISTÓBAL AGUADO LAZA

Presidente de AVA-Asaia



s uno de los grandes veteranos de la representatividad del campo español. No en vano, Cristóbal Aguado lleva 24 años en la presidencia de AVA-Asaja, una trayectoria que le permite hacer una radiografía precisa del sector primario.

"El campo tiene futuro si los políticos empiezan a poner los pies en la tierra"

Este "agricultor de toda la vida" que se mueve a diario entre el despacho y su explotación de cítricos y caquis, lo tiene claro en lo relativo a los contras: "la crisis de rentabilidad es la mayor lacra" y, ese precio insuficiente, "el causante de que no haya nuevas incorporaciones al campo, de que la media de edad sea tan elevada y de que haya un crecimiento importante de campos sin cultivar, que no crean empleo ni tienen árboles que generen oxígeno y fijen CO2". Ocurre en España y ocurre en Europa, donde, según el presidente de AVA-Asaja, todo parece justificarse con una PAC que, sin embargo él, denuncia con rotundidad, "es una PAC falsa, equivocada y malintencionada, al servicio de intereses de terceros que todo lo justifican repartiendo un dinero que no soluciona nada, porque lo que hay que hacer es solucionar el tema de la cadena alimentaria".

En este sentido, Aguado reclama en nuestro país una modificación de la ley de la cadena alimentaria valiente y avanzada, y que, "como propone el presidente francés, Macron, se enfrente a la propia UE y a competencia si llega el caso" porque no se puede Acaba de ser reelegido para su séptimo mandato en la Asociación Valenciana de Agricultores AVA-Asaja con un respaldo unánime, todo un estímulo para seguir en la lucha por un campo que "tiene futuro si los políticos empiezan a poner los pies en la tierra y a dialogar un poco más"

Por N. Calle. Foto: eE permitir que los compradores "cojan del cuello al agricultor" y se engañe a la sociedad "con el de la granja a la mesa y una Europa más verde, cuando es lo contrario".

Y va más allá: "hay que poner las condiciones adecuadas porque, si no, a futuro, si que-

remos productos agrarios, los tendremos que traer de 20.000 kilómetros con toda su mancha de carbono y, ¡ojo!, la población sigue creciendo y la garantía alimentaria puede peligrar". Así, pide a la UE y a España como su despensa, un plan de viabilidad que ahonde en esa ley de la cadena "para que haya un precio justo en el campo", y que también contemple la modernización de estructuras, una política de acuerdos internacionales con reciprocidad, y "necesariamente", una apuesta por la investigación para avanzar en tecnología.

Desde la confianza en que se abra el necesario debate entre políticos y OPAS, este agricultor de 70 años, no deja también de reconocer que ha visto grandes progresos: ha habido proyectos europeos importantes; avances en formación y capacitación de los profesionales, así como en digitalización del sector; foros de representación donde se consensuan posturas entre países, y acuerdos con las organizaciones de consumidores, "que entienden que somos el eslabón más débil de la cadena y que quieren tener la garantía de calidad que ofrecemos".