

cooperativas
agro-alimentarias
España

ESPECIAL COVID-19

Cómo ha afectado la pandemia
a los distintos sectores agroalimentarios



>somos futuro

N.46 | abril-junio 2020 | www.agro-alimentarias.coop



11
La “nueva” ley de la Cadena Alimentaria

26
La CE presenta la estrategia De la Granja a la Mesa y sobre la Biodiversidad

30
Actualización de las perspectivas financieras UE 2021-2027 y Plan de Recuperación Económica



ADOP

Patrocinador
del Equipo
Paralímpico



NRI: 3492-2020/09681

Contigo

Financiación para seguir creciendo

Juntos seguiremos creciendo

En CaixaBank cuentas con el apoyo de más de 3.000 gestores especialistas que te ayudarán a seguir creciendo, ofreciéndote soluciones de financiación que faciliten tu día a día y te permitan impulsar la ampliación y modernización de tu explotación. Acércate a cualquiera de nuestras más de 1.000 oficinas AgroBank o, si lo prefieres, ahorra tiempo en desplazamientos solicitando nuestros productos de financiación a través de CaixaBankNow.

AgroBank, pasión por el mundo agro

www.CaixaBank.es/agrobank



AgroBank

Volvemos a la escena con escenario diferente

Tras más de tres meses de Estado de Alarma por el COVID19, volvemos progresivamente a una normalidad en un escenario muy diferente. Los efectos sanitarios, sociales y económicos de la pandemia se irán midiendo en los próximos meses, pero hay consenso en considerar que estamos probablemente ante la mayor crisis política, económica y social en tiempos de paz en la historia de la UE.

Pero la vida sigue, y los debates que estaban ya lanzados antes de la pandemia siguen estando sobre la mesa. En esta editorial queríamos referirnos a tres que son clave: la negociación del presupuesto de la UE, esencial para la continuidad del proyecto comunitario y las economías de sus Estados miembros; la reforma de la PAC 2021-2027 y, por último, las estrategias de la Granja a la Mesa y para la Biodiversidad 2030, que marcarán el paso al sector agroalimentario en la acción por el cambio climático y la sostenibilidad medioambiental, con el objetivo último de conseguir que la UE sea en 2050 una economía neutra en emisiones, como afirma el Pacto Verde.

La Comisión presentó a finales de mayo un nuevo Marco Financiero Plurianual 2021-2027 actualizando su propuesta de 2018, y un gran plan de reactivación económica denominado Next Generation EU. Es muy positivo que la Comisión Europea haya reaccionado ante una situación extraordinaria, proponiendo una adaptación del presupuesto ordinario y un amplio instrumento absolutamente novedoso para levantar la economía de la UE, quedando de manifiesto que para salir de esta crisis se requiere más y no menos UE. Sin embargo, los fondos destinados a la PAC siguen siendo inferiores al actual período, lo que no es coherente con el papel esencial que juega la producción de alimentos, más que demostrado durante la pandemia, ni con los retos productivos y económicos que va a tener que afrontar el sector agroalimentario en los próximos años, y como consecuencia de las estrategias emanadas del Pacto Verde. El presupuesto no lo es todo en el diseño de las políticas, pero si es un mensaje importante para determinar la priorización de objetivos, y esta propuesta no es un mensaje positivo. En Cooperativas Agro-alimentarias de España creemos que la PAC debe mantener el presupuesto en su actual nivel.

Las negociaciones de la PAC se han reiniciado tanto a nivel de la UE como en España. Ya sabemos que la nueva PAC no entrará en vigor hasta 2023, pero eso no impide que empecemos a preparar un futuro y tomar unas decisiones que ya van muy retrasadas. A nivel europeo seguiremos luchando porque se habiliten instrumentos de gestión de mercados y de crisis, incluyendo la autorregulación, como hemos conseguido en el aceite de oliva con el art. 167 bis de la OCMA. A nivel español, se inicia la tradicional negociación entre CCAA y Gobierno. Seguiremos insistiendo en la necesidad de invertir en medidas que incentiven la concentración y la organización de la oferta y la producción, donde las cooperativas agroalimentarias somos el instrumento fundamental y debemos seguir mejorándonos y estructurándonos. La gran mayoría de nuestros problemas tienen su origen en nuestra atomización y falta de organización comercial. Hacemos una petición a las CCAA para que tengan altura de miras, y se esfuercen en el diseño de intervenciones adecuadas, y no sólo se preocupen por los flujos presupuestarios que les llegan de Bruselas, el sector necesita luces largas.

Por último, a pesar de nuestros esfuerzos por retrasar la presentación de las estrategias de la Granja a la Mesa y para la Biodiversidad 2030 y esperar a que pasara este período de confinamiento, la Comisión se ha mostrado decidida en seguir adelante con estas propuestas, que plantean objetivos muy ambiciosos y un cambio radical del modelo productivo de la UE, que ya es uno de los más exigentes a nivel mundial.

Somos conscientes de que hay que cambiar, que el cambio climático es un hecho probado y que no tenemos tiempo que perder. Pero también hay que ser conscientes de que las urgencias no nos pueden llevar a pensar que podemos conseguir objetivos medioambientales ambiciosos a golpe de reglamento y aumento de restricciones, sin tener en cuenta la sostenibilidad económica y la rentabilidad de nuestras explotaciones. Negar esta realidad es poner en peligro la consecución de objetivos y, probablemente, causar más problemas de los que se quieren resolver. Este debate necesitará tiempo de adaptación, mucha inversión, reciprocidad del modelo productivo con nuestros socios comerciales y, sobre todo, que los límites del debate político estén en la evidencia científica, huyendo de posiciones idealistas y maximalistas. ■



03 EDITORIAL

- Volvemos a la escena con escenario diferente

11 PRIMER PLANO

- La “nueva” Ley de la Cadena:
 - La cadena alimentaria en España. Qué es y cómo funciona
 - La relación socio-cooperativa: Funcionamiento y características especiales
 - El “problema” de los costes efectivos de producción
- Nace AgriCOOPDS, nueva iniciativa para promover el cooperativismo agrario
- AEFA ha repartido más de 85.000 mascarillas a los trabajadores del campo

26 UE INTERNACIONAL

- La Comisión presenta la estrategia De la Granja a la Mesa y sobre la Biodiversidad para 2030
- La Comisión Europea presenta la actualización de las perspectivas financieras 2021-2027 y un Plan de Recuperación Económica

33 EMPRESAS

- Over the Rainbow, el vino solidario que quiere ayudar
- La Cooperativa de Riudecanyes, ganadora en los Premios Alimentos de España a los Mejores Aceites de Oliva
- Campoenguera comercializa La Campiñera, una gama de mieles cosechadas por socias de la cooperativa
- El Progreso dona 5.000 botellas de ‘Viña Xétar Por Ellas’



08 Entrevista

➤ Ferrán Huguet, director de Unió Corporació Alimentària

➤ Llega Freshlybox, el regalo saludable creado por Cooperativa La Palma

➤ CAPSA FOOD, ganadora en la categoría Empresa en los Premios Europeos de la Prevención de Residuos 2019

➤ Las Cooperativas de L'Alcudia (CANSO) y Alzira (Alzicoop) firman un acuerdo de intercooperación

➤ Udapa siembra patata Beltza en sus campos, una nueva variedad creada por Neiker

➤ URCACYL y sus cooperativas donan a Cáritas más de 14.000 kilos de alimentos

➤ El mercado japonés reconoce la calidad de los vírgenes extras de Oleoestepa

➤ El AOVE Montevilla Chorreao, de la cooperativa San Francisco de Asís, el más saludable del mundo

➤ C.A.V.E. San José apuesta por el medio ambiente

39 IGUALDAD

➤ ¿Valoramos correctamente lo que tenemos?

44 CALIDAD E INNOVACIÓN

➤ Las cooperativas opinan que las tendencias del mercado les obligarán a cambiar o diversificar sus modelos de negocio a corto plazo

➤ DATAGRI 2020 será virtual

➤ Cooperativas Agroalimentarias de España vuelve a destacar en el programa Horizonte 2020

49 FLORES Y HORTALIZAS

➤ El confinamiento llegó en el peor momento para el sector de la Flor

➤ Agroalimentación, actividad esencial; Frutas y Hortalizas, alimento esencial

➤ Campaña "Vive #saludablemente. Frutas y Verduras"

56 GANADERÍA

➤ Un escenario inimaginable que comenzó en China

62 ACEITE DE OLIVA

➤ El virus más inoportuno

64 VINO

➤ Medidas extraordinarias en el sector vitivinícola

➤ Nueva campaña #SiempreMedioLlena

68 SEGUROS

➤ Cooperativas activa su campaña para incentivar la contratación de Seguros Agrarios

➤ El seguro de cítricos, el instrumento más eficaz para proteger su cosecha



cooperativas
agro-alimentarias
España

Es una publicación de Cooperativas
Agro-alimentarias de España
Agustín de Betancourt, 17, 4ª pl.
28003 Madrid
Tel.: 91 535 10 35
Fax: 91 554 00 47
www.agro-alimentarias.coop
prensa@agro-alimentarias.coop

PRESIDENTE: Ángel Villafranca
DIRECTOR: Agustín Herrero

CONSEJO DE REDACCIÓN
Agustín Herrero, Nerea Lerchundi,
Pilar Galindo y Gabriel Trenzado

**EQUIPO TÉCNICO COOPERATIVAS
AGRO-ALIMENTARIAS
DE ESPAÑA**

Iñaki Benito, Emma Castro,
Paula Kreisler, Juan Corbalán,
Antonio Catón, Jesús Gustrán,
Alejandro Gutiérrez, Pablo Fernández,
Juan Sagarna, Cristina Garrido,
Susana Rivera, Víctorio Collado,
Irene Cerezo, Patricia de Almandoz
y Carmen Martínez

COORDINACIÓN
Nerea Lerchundi, Pilar Galindo
y Aurora García

**PUBLICIDAD
COOPERATIVAS
AGRO-ALIMENTARIAS
DE ESPAÑA**
Editorial MIC

DISEÑO Y PRODUCCIÓN
Editorial MIC

Depósito Legal: M-6098-2009

DISTRIBUCIÓN
Apamara S.L.

Patrocinado por



Cláusula de protección de datos para suscriptores: Sus datos forman parte de un fichero responsabilidad de w, debidamente inscrito en el Registro General de Protección de Datos, y serán tratados única y exclusivamente para gestionar el envío de la presente publicación a través de la correspondiente entidad de manipulado y franqueo. No obstante y conforme a lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal, le recordamos que dispone de sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición que podrá ejercer en nuestro domicilio.



BUZÓN DE SUGERENCIAS

¿Hay algo que quieras comentarnos?
Envíanos tus opiniones o sugerencias a:
Revista **Cooperativas Agro-alimentarias**
cooperativas@agro-alimentarias.coop

Repsol AgroDiesel e+10

El gasóleo que necesitas
cuando y donde lo necesitas



REPSOL

Inventemos el futuro



En Repsol sabemos lo importante que es la maquinaria agrícola en tu trabajo.
Por eso te ofrecemos **Repsol AgroDiesel e+10**, un carburante de última generación que:

-  Alarga la vida útil de tu maquinaria.
-  Minimiza los costes de mantenimiento.
-  Proporciona una óptima combustión.
-  Es más respetuoso con el entorno gracias a su fórmula sin azufre*.

Más información en el **900 101 101** o en **repsol.es**



Único carburante recomendado por:



* Menos de 10 partes por millón según Real Decreto 1088/2010 y 1361/2011.

“Nuestro principal objetivo es promover la concentración de la producción de almendra y ser líderes”

Unió fue reconocida en marzo 2018 como Entidad Asociativa Prioritaria, EAP, por el Ministerio de Agricultura para el sector de los Frutos Secos. ¿Qué ha supuesto este reconocimiento para la cooperativa?, ¿ha ayudado en algo a su estrategia empresarial?

El reconocimiento como EAP ha supuesto y supone un paso importante en la consecución de nuestro principal objetivo, que consiste en promover la concentración de la producción de almendra, para alcanzar una mayor dimensión y acceder a factores clave que nos permitan lograr un mayor nivel de competitividad, internacionalización e innovación y la consolidación del liderazgo en el sector de la almendra española.

A pesar de nuestro reciente reconocimiento, ya hemos acometido un importante proyecto consistente en la “Mejora del proceso de fabricación de pasta de almendra” que

Nacido en el año 1954 en Sidamon (Lleida). Es diplomado en Ciencias Empresariales por la Escuela Superior de Ciencias Empresariales de Barcelona y licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Barcelona. Tiene un Programa de Dirección de Empresas Cooperativas por ESADE-2006. Desde 1990 es director general de Unió Corporació Alimentària, S.C.C.L. actualmente UNIÓN GRUP.

contribuirá decididamente a la mejora de la competitividad de la EAP y a su posicionamiento en el mercado.

Además, la acometida de inversiones y actuaciones siempre comporta considerables esfuerzos financieros y de gestión. El posible acceso preferente a determinadas ayudas especialmente dirigidas a EAP, permite la realización de proyectos de mayor envergadura y alcance, favoreciendo la consecución de los objetivos previstos.

Para Unió, una cooperativa que agrupa a 186 cooperativas de diversas regiones, la dimensión es clave, especialmente en el sector de los Frutos secos, donde operan compañías con gran capacidad de compra. ¿Siguen avanzando en este objetivo o cada vez resulta más difícil integrar nuevas cooperativas al grupo? En este sentido, ¿ayuda el hecho de ser una de las EAP nacionales?

Los procesos de concentración son imprescindibles para crear organizaciones fuertes capaces de defender, en todos los ámbitos, los intereses del sector. Entendemos que la viabilidad del sector cooperativo y agrario pasa por la integración. Aprovechando las ventajas que ofrece el reconocimiento como EAP, estamos realizando proyectos de integración en diversas Comunidades Autónomas que contribuyen a mejorar el sector de los frutos secos en España.

Cabe destacar la importancia de ser socio de una cooperativa líder, atendiendo no solamente al mayor valor añadido recibido por su producción, sino también al compromiso de las cooperativas agrarias con el territorio y sus socios, siendo sus socios de base agricultores los principales beneficiarios de los logros conseguidos por éstas gracias a los proyectos de integración, dimensionamiento y mejora ejecutados mediante las ayudas recibidas del PNDR (Plan Nacional de Desarrollo Rural), además de mejorar la transpa-



rencia y eficiencia de la cadena alimentaria, facilitando la trazabilidad de las producciones y seguridad alimentaria bajo el marco de tecnologías tipo blockchain.

Otro de los aspectos clave de Unió es la investigación en aspectos como la calidad, la consecución de nuevos productos y preparados a base de frutos secos.... De hecho, recibieron el Premio Cooperativas Agro-alimentarias de España en 2017 en la modalidad de Innovación. Parece que en este sector de los frutos secos aún hay mucho camino por desarrollar, ¿cómo está afrontando Unió este potencial?

Unió apuesta claramente por la innovación, motivo por el cual dispone de un departamento específico de Investigación y Desarrollo, que trabaja para generar el máximo valor añadido en la transformación y comercialización de los frutos secos, así como en el aprovechamiento de los subproductos que se originan en los procesos de transformación.

Entre otros premios y reconocimientos, en 2013, el Departament d'Agricultura, concedió a Unió, el Premio a la Innovación Tecnológica Agroalimentaria en la modalidad de Agroindustria, por el desarrollo de nuevos productos: un producto elaborado a partir de la pasta de avellana o de almendra, dirigido al consumidor final como cereal de desayuno; y otro producto realizado a partir de la piel de la avellana y la almendra con propiedades funcionales antioxidantes. Cabe destacar que los diferentes estudios han concluido que el consumo de la fibra de la piel de la avellana mejora los distintos factores de riesgo asociados con enfermedades cardiovasculares y el cáncer de colon. Además, **Cooperativas Agro-alimentarias de España** otorgó a Unió, el Premio de **Cooperativas Agro-alimentarias 2017**, en la modalidad de Innovación. El jurado destacó la clara apuesta de Unió para la innovación participando en proyectos nacionales e internacionales para la mejora de sus procesos productivos, y la generación de cuatro patentes mundiales en los últimos años.

Unió contribuye a la economía circular, con la pretensión de que sus productos se puedan aprovechar de forma integral. Ha conseguido dar valor añadido a los subproductos de sus procesos de transformación, como las pieles de almendra y avellana, cáscara de almendra y avellana y la pulpa de algarroba. Destacar también la participación de Unió en el proyecto europeo YPACK, consistente en la fabricación de materiales plásticos biodegradables a partir de cáscara de almendra para la fabricación de bandejas para envasado de alimentos, menaje del hogar y bolsas. Asimismo, desde el punto de vista agronómico, estamos realizando mejoras genéticas en almendro, con las que se han obtenido nuevas variedades y una reducción de los fitosanitarios utilizados. Además, estamos desarrollando un proyecto Science Based Targets para la reducción de la huella de carbono e hídrica de las explotaciones de almendros.

Los Frutos Secos especialmente -también el Vino y el Aceite-, fueron uno de los productos que más crecie-



ron durante el confinamiento por el COVID-19, sobre todo en abril, aunque por otra parte bajó el consumo derivado del cierre de la hostelería. ¿Cómo ha gestionado la cooperativa esta difícil situación? Y en cuanto al consumo en los distintos canales, ¿qué perspectivas se presentan?

A pesar del problema con el canal HORECA, hemos podido compensar la reducción de ventas en este canal con el incremento de las ventas en el canal de alimentación y, sobre todo, en nuestro caso, gracias al incremento de las exportaciones, concretamente en el caso de los frutos secos, aprovechando la fuerte demanda especialmente de leches y bebidas vegetales.

El Covid-19, provocará una recesión sin precedentes, y no solo en nuestro país, sino una recesión de carácter global. En esta ocasión, al contrario de lo que ocurrió con la crisis del 2008, la internalización de nuestras ventas, no sabemos si podrá ser suficiente para paliar los efectos que provocara la pandemia en la economía.

En nuestro sector, el agroalimentario, es cierto que la gente continuará comiendo. Lo que no sabemos es lo que comerán, ¿cómo?, ¿dónde?, ¿cuánto? Son preguntas que nos hacemos todos, está claro que necesitaremos reinventarnos constantemente, será necesario mucha capacidad de adaptación para cubrir las necesidades de consumo de la sociedad en cada momento.

Uno de los más graves problemas del sector agroalimentario y del medio rural, en general, es el de la despoblación. Unió recibió el Premio Cooperativas



QUÉ ES UNIÓN

Agro-alimentarias de España 2018 en la categoría de Desarrollo Rural por vuestro proyecto para la recuperación de fincas abandonadas que posibilita el acceso de jóvenes agricultores al cultivo de estas explotaciones con el asesoramiento y el apoyo de la cooperativa. ¿Cómo sigue evolucionando este proyecto?

El proyecto de Unió brinda a la población joven la oportunidad de dedicarse al cultivo de la tierra de forma rentable y sin necesidad de disponer de abundantes superficies, ni comprometerse a realizar fuertes inversiones. Con la incorporación de los jóvenes se consigue aliviar el grave problema de la falta de renovación generacional, y su arraigo en el territorio provoca un favorable dinamismo poblacional y demográfico en el mundo rural.

El proyecto iniciado en 2015 como prueba piloto en territorios especialmente vulnerables, con severos problemas de relevo generacional y abandono de tierras en Cataluña, se ha confirmado como una importante herramienta para favorecer la incorporación de jóvenes agricultores que contribuyen decididamente a potenciar el desarrollo rural del territorio. Hasta la fecha, ya hemos logrado recuperar unas 40 explotaciones abandonadas con una superficie de 650 Ha y la incorporación de 36 jóvenes agricultores. Nuestro proyecto, para el futuro, contempla la recuperación de unas 120 ha anuales con lo que esperamos alcanzar, en diez años, la cifra de 2.000 ha.

El éxito de este proyecto ha despertado el interés de otras comunidades, que sufren problemáticas similares de abandono de cultivo, habiéndose ya iniciado su implantación en la Comunidad de Castilla-La Mancha y en la Comunidad Valenciana.

Y en esta línea, ¿qué cree que podemos aportar las cooperativas para luchar contra el abandono del campo? y además de las cooperativas, ¿qué sería necesario por parte de otros agentes económicos, políticos o sociales, para invertir la tendencia?

Nuestra interpretación es que las cooperativas deben ser las primeras instituciones en apostar decididamente por el desarrollo económico y social del nuestro entorno. Por definición, la estructura cooperativa revierte las ganancias directamente a sus socios agricultores mediante las correspondientes liquidaciones; por ende, las mejoras logradas gracias a la integración y dimensionamiento y a la mejora de las condiciones de transformación y comercialización, repercuten en un incremento directo del valor añadido de los productos primarios liquidados

UNIÓ NUTS, SCCL es una cooperativa de 2º grado que forma parte del grupo cooperativo Unió. Grupo que aglutina la producción de más de 22.000 productores, integrados en 186 cooperativas vinculadas al grupo, que se concentran en Cataluña, Aragón, Comunidad Valenciana, Baleares, Murcia y Castilla La Mancha.

Dentro del grupo cooperativo Unió destacan las cooperativas de 2º grado UNIÓ NUTS, SCCL vinculada al sector de los Frutos Secos, y UNIÓ ORIGEN, SCCL vinculada al sector del Vino y del Aceite.

CIFRAS DEL GRUPO COOPERATIVO UNIÓN

Actividad: elaboración y comercialización de frutos secos, aceite de oliva, vino y suministros
Socios: 22.000, integrados en 186 cooperativas de base.

Facturación: 80 millones de euros (2019)

Empleo: 190 empleados

CIFRAS DE UNIÓ NUTS, SCCL

Actividad: elaboración y comercialización de frutos secos

Socios: 6.000, integrados en 65 cooperativas de base.

Facturación: 50 millones de euros (2019)

Empleo: 90 empleados

a los agricultores, y a un mayor número de agricultores beneficiados por la integración, aportando estabilidad al territorio, reduciendo los problemas de relevo generacional y el abandono progresivo de terrenos agrícolas, que afecta directamente a las producciones y viabilidad de las cooperativas.

A parte de las Cooperativas entendemos que los poderes políticos y la sociedad en general debería valorar y prestigiar la labor del agricultor. Durante muchos años no hemos valorado suficientemente el esfuerzo del colectivo que trabaja en el sector primario. Debemos poner en valor los productos alimentarios, especialmente los de proximidad, para mejorar las condiciones de vida de un colectivo que tradicionalmente ha estado poco reconocido socialmente y con unas condiciones económicas muy precarias. ■

La “nueva” Ley de la Cadena

Curante estos meses en los que hemos estado confinados por el Covid, además de toda esta problemática, nos hemos encontrado con una reforma exprés de la Ley de la Cadena Alimentaria, que, pretendiendo un loable y compartido propósito, mejorar la rentabilidad de las explotaciones agrarias, se ha convertido en una enorme polémica.

Por ello, creemos necesario explicar a nuestras bases cooperativistas los análisis y propuestas que **Cooperativas Agro-alimentarias de España** hace al respecto. Para ello, publicamos a continuación tres artículos:

- En el primero de ellos, analizamos el funcionamiento de la cadena alimentaria en España, diagnóstico necesario para afinar en las soluciones.
- El segundo artículo, “La relación socio-cooperativa”, profundiza en esta cuestión que está siendo objeto de debate. La actual ley de la cadena excluye de su ámbito de aplicación las entregas de los socios a sus cooperativas, por considerar acertadamente que no es una relación mercantil, sino mutualista interna que se rige por la Ley de Cooperativas, los estatutos y los acuerdos cooperativos. Sin embargo, hay intereses contrarios que pretenden “mercantilizar” las cooperativas, a lo que nos oponemos totalmente.
- El tercero de los artículos: “El problema de los costes efectivos de producción” analiza este cambio realizado en la ley de la cadena, que pretende un objetivo que compartimos, la mejora de los precios de los productos agrarios, pero que, a nuestro entender, hierra en el procedimiento para lograrlo, por lo que es necesario modificar el planteamiento actual.

La cadena alimentaria en España. Qué es y cómo funciona



La cadena alimentaria básicamente está formada, según sectores, por el conjunto de operadores que actúan desde la producción (agricultores, ganaderos y pescadores), la comercialización en origen, la industria, las cooperativas (que pueden desarrollar una o ambas funciones anteriores), la comercialización en destino y la distribución alimentaria.

La función esencial de la cadena alimentaria es la de satisfacer la demanda de alimentos de los ciudadanos. Con carácter general, esta cadena alimentaria española funciona bien y eficientemente, si nos atenemos a su capacidad de suministrar regularmente una gran variedad de alimentos a todos los rincones de nuestra geografía, de la UE y de terceros países, en óptimas condiciones de consumo, proporcionando a nuestros ciudadanos la posibilidad de acceder a una completísima gama de alimentos seguros, de buena calidad, sostenibles y asequibles desde el punto de vista de su precio. Buena prueba de ello ha sido y está siendo el comportamiento de esta cadena durante la crisis por el COVID-19 y su capacidad de reacción ante las situaciones de estrés que se han producido, respondiendo mejor que en otros países de nuestro entorno.

La cadena alimentaria debe retribuir adecuadamente el esfuerzo y la aportación de cada eslabón al conjunto

Ahora bien, para el mantenimiento en el tiempo de esta labor esencial y primordial, la cadena alimentaria debe retribuir adecuadamente el esfuerzo y la aportación de cada eslabón al conjunto. El sector productor, así como el resto de los eslabones de la cadena alimentaria, tiene que percibir una remunera-

ción por su actividad que le permita mantenerse, invertir, innovar y desarrollar, en definitiva, proyectos empresariales viables. Y aquí es donde empiezan los problemas.

La cadena alimentaria genera insuficiente valor añadido

Por un lado, la cadena alimentaria genera insuficiente valor añadido. El modelo de cadena que se ha ido configurando a lo largo de los años, genera poco valor añadido en la mayoría de las grandes producciones. La calidad y seguridad alimentaria de los productos a disposición del consumidor es alta en todos los casos, como consecuencia del modelo de producción europeo, pero ese aumento de calidad y seguridad no se ha visto acompañado de un aumento de los precios, sino al contrario. Los alimentos se han utilizado como “ganchos o reclamos” para atraer clientes a los establecimientos y se ha acostumbrado al consumidor a las “ofertas” y “promociones”, de modo que, a nuestro juicio, los consumidores han interiorizado una imagen del valor de los alimentos en la que prima más el “precio” que otros atributos. Esto permite a nuestra distribución organizada presumir de ser los más eficientes de Europa, ofreciendo los precios más bajos al consumidor. Así, en algunos casos, el precio de oferta al público es insuficiente para retribuir adecuadamente todas las actividades de la cadena, desde la producción hasta los lineales de la distribución.

Y este aspecto es especialmente importante por varios motivos. Por un lado, como se ha dicho, el escaso valor generado resulta, en ocasiones, insuficiente para retribuir adecuadamente todas las labores de cada eslabón, y cuando eso sucede, quien pierde es el sector productor, no

solo por su atomización, sino también por su posición en la cadena de valor, en el extremo opuesto al consumidor, que es donde se fija el valor del producto. Por otro lado, mirando al futuro, esta “pobre” cadena de valor nos llena de inquietud cuando vemos que buena parte de las estrategias para aplicar el Green Deal (Pacto Verde, de la Granja a la Mesa, Biodiversidad), descansan en la hipótesis de que llegue más valor al sector productor. A la vista de cómo han funcionado las cosas hasta ahora, estamos más cerca de que las nuevas exigencias, que encarecerán la producción, acaben ofreciéndose al consumidor como un valor adicional, al mismo precio.

Los alimentos se han utilizado como “ganchos o reclamos” para atraer clientes a los establecimientos y se ha acostumbrado al consumidor a las ofertas y promociones, de modo que los consumidores han interiorizado una imagen del valor de los alimentos en la que prima más el precio que otros atributos

Por otra parte, la distribución del valor entre los distintos eslabones de la cadena alimentaria no guarda relación con los esfuerzos que cada uno aporta. Según datos de la Comisión Europea, de 1995 a 2011, el porcentaje de valor que llega a la producción ha pasado del 31% al 21%, el de la industria alimentaria del 31% al 28%, mientras que el de la distribución alimentaria ha pasado del 38% al 51%. Por lo tanto, nos encontramos con dos problemas difíciles de resolver: la insuficiente generación de valor, y la mala distribución del mismo.



Los mercados agroalimentarios, como todos, funcionan en base a la ley de la oferta y la demanda

Lo estamos viendo todos los años, con distintos productos: cuando sobra producto, los precios caen, y cuando falta, suben. Además, puede haber situaciones abusivas, que se producen principalmente cuando sobra producto, es decir, cuando hay más oferta que demanda.

El precio es el elemento regulador del difícil equilibrio oferta-demanda

El mercado europeo (no tiene sentido hablar de mercado español), está casi permanentemente saturado. Producimos más de lo que consumimos, exportamos e importamos (somos el primer exportador e importador mundial de productos alimentarios), lo que nos convierte en un mercado en el que el precio es el elemento regulador del difícil equilibrio oferta-demanda. Así, bajando precios nos convertimos en más competitivos en la exportación mundial, sin embargo, en el mercado interior, bajando precios no aumentamos consumo interno, que ya está saturado, solo bajamos precios en beneficio inmediato del consumidor y poniendo en cuestión la viabilidad del modelo de agricultura familiar, a favor de un modelo agroindustrial más intensivo capaz de producir a menor coste. Y ésta, es una especie de espiral sin fin, que, de mantenerse, cambiará en pocos años el modelo productivo, que no nos cansamos de decir que queremos preservar.

En los últimos años, los responsables de las políticas agrarias, tanto europeos como españoles, han intentado afrontar esta situación actuando sobre el funcionamiento de la cadena alimentaria, como la ley española (ley 12/2013) o la directiva de prácticas comerciales desleales (Directiva 633/2019), que al tener como límite la actual legislación de competencia, a lo más que pueden llegar es a tratar de identificar determinadas prácticas abusivas y prohibirlas, lo cual mejora la situación, pero que no pueden llegar a afrontar lo mollar del problema. Al mismo tiempo, las sucesivas reformas de la PAC han ido desmantelando los mecanismos de gestión de los mercados, única manera de ajustar la oferta a la demanda. Solo en momentos de crisis muy graves, las autoridades europeas han puesto en marcha mecanismos excepcionales (crisis láctea de 2015, veto ruso), pero ni siquiera con ocasión del COVID han actuado, dejando que cada estado, si puede, ayude con sus propios recursos a los suyos. Y en este escenario, los productos mediterráneos, que son una especie de “rara avis” en el conjunto europeo, no llegan nunca a significar una crisis grave.

En este contexto de sobreoferta, la cadena de valor se construye del siguiente modo. La distribución organizada está sometida a una gran competencia horizontal con sus homólogos. Esto significa que, en productos poco diferenciados, es decir, la mayoría de los alimentos (frutas y hortalizas, carnes, leches, aceites, vinos), el nivel más bajo de precios de un distribuidor se convierte en la referencia para

todos los demás, para no quedarse “fuera de mercado”. En estas condiciones, los compradores del eslabón minorista fijan el precio de compra en origen ajustando a la baja el precio de mercado, que es fruto de la oferta-demanda. El vendedor, sea cooperativa, comercio o industria, solo tiene la opción de aceptar o rechazar la oferta, mientras que el comprador sabe que tarde o temprano, uno u otro, acabará aceptando las condiciones. De modo que la distribución fija el precio en origen, según oferta y demanda, y el precio de venta al público. Así se construye la cadena de valor.

En estas condiciones, tratar de obligar a los compradores a pagar un precio determinado, aunque sea el de los costes de producción, es una medida bienintencionada pero ineficaz. El comprador puede que se sienta obligado a pagar un precio determinado, pero lo que no está obligado es a comprar. Solo hay que esperar un poco y acabarán apareciendo “costes efectivos de producción” más y más bajos, hasta donde sea necesario para poder vender, porque no vender es lo peor que puede sucederle a cualquier productor. Esta medida, a pesar de su buena intención, no mejora el poder de negociación del productor-vendedor, y además le va a complicar la vida, forzándole a tragarse alguna que otra rueda de molino en forma de coste efectivo de producción “adaptado”.

La necesaria mayor participación del sector productor en el reparto del valor de la cadena, solo puede conseguirse reponiendo mecanismos de gestión de la oferta, para ajustarla a las necesidades de la demanda

Teniendo en cuenta todo lo anterior, la necesaria mayor participación del sector productor en el reparto del valor de la cadena, solo puede conseguirse reponiendo mecanismos de gestión de la oferta, para ajustarla a las necesidades de la demanda. Ese es el único poder (y no es poco) que puede lograr el sector productor para defender unos precios suficientes. Para ello, el sector productor necesita estar organizado, principalmente a través de cooperativas u otras fórmulas empresariales que velen realmente por sus intereses. Además, son necesarios cambios legislativos a nivel de la UE que restablezcan los mecanismos de gestión de mercados públicos (con ayudas) o al menos, se faciliten los mecanismos de gestión privados (autorregulación a costa del propio sector).

Todo lo demás va a ser un “quiero y no puedo”, que no va a lograr los objetivos de mejorar el reparto de valor, y además nos complicará la vida, principalmente al sector productor. ■



La relación socio-cooperativa: Funcionamiento y características especiales

Las entregas de producto de un socio a su cooperativa, no se rigen por la Ley de la Cadena Alimentaria, sino por las leyes de cooperativas, los estatutos y los acuerdos adoptados por sus órganos de gobierno.

La relación económica entre un socio y su propia cooperativa, de la que es copropietario, es una relación mutualista de carácter societario interno y sin ánimo de lucro, muy distinta de una relación mercantil.

El socio y la cooperativa son uno, la cooperativa es una herramienta del propio socio para obtener los mejores resultados posibles del mercado.



En este artículo nos centraremos en la excepcionalidad que establece la ley 12/2013 para las cooperativas, pues desde el inicio de la reforma de esta ley, está suscitando una importante polémica por dicha excepción, y la postura favorable que en **Cooperativas Agro-alimentarias de España** tenemos frente a la misma. Dicha excepción plantea que las entregas de producto de un socio a su cooperativa, no se rigen por la ley de la cadena, sino por las leyes de cooperativas, los estatutos y los acuerdos adoptados por sus órganos de gobierno. Esta excepcionalidad se basa en la particular naturaleza jurídica de la relación del socio (agricultor/ganadero) con su propia cooperativa, de la que es asimismo propietario, y en la forma de operar de las cooperativas respecto de otros operadores (empresas capitalistas) del sector agroalimentario.

No es una venta, sino una puesta a disposición de la cooperativa

En el sistema legislativo español nos encontramos con una abundante legislación cooperativa (una ley estatal y 16 leyes autonómicas), la cual establece que la relación económica entre un socio y su propia cooperativa, de la que es copropietario, es una relación mutualista de carácter societario interno y sin ánimo de lucro, muy distinta de una relación mercantil. Es decir, la entrega de los productos de la explotación del socio a su cooperativa, en virtud de la obligación estatutaria y legal, no son una venta, si no una puesta a disposición a la cooperativa, no existiendo transferencia de propiedad, para que, junto con los productos del resto de los socios, se proceda a la comercialización conjunta.

Tanto es así que los bienes puestos a disposición de la cooperativa por parte del socio no forman parte del patrimonio de ésta y, por consiguiente, al no ostentar la cooperativa la titularidad del bien, los bienes aportados por los socios no pueden ser objeto de embargo de los acreedores sociales y, por consiguiente, en el supuesto de un concurso de acreedores, estos bienes no formarían parte de la masa pasiva del concurso, tal y como establece el art.80 de la Ley Concursal. Por el contrario, cuando se realiza un contrato de compraventa con un operador, lo que se transmite es la titularidad del bien de una parte a la otra, recibiendo a cambio una contraprestación económica. El contrato mercantil es el mecanismo por el que se regulan los distintos intereses que concurren entre vendedor y comprador.

Funcionamiento democrático

Ahondando aún más en la relación del socio con la cooperativa y en esta relación mutualista, hay que tener en cuenta que los socios de las cooperativas tienen una participación directa en el desarrollo de la actividad de la cooperativa, mediante su participación en la Asamblea General, en la cual, cada uno de ellos tiene un voto (o voto ponderado) y ostenta el derecho de información, cómo y de qué manera se va a poner en marcha esta actividad conjunta, la aportación de sus producciones, así como el valor con el que la cooperativa va a retribuir al socio por los productos aportados. Éstos no cruzan ofertas y contraofertas individualizadas sobre los precios y condiciones de sus productos -como pasaría en una relación mercantil-, sino que votan de manera democrática todas estas cuestiones y se rigen por el principio de igualdad de trato.



En la relación entre el socio y la cooperativa no hay intereses contrapuestos como en el supuesto de la relación de un comprador con un vendedor, en la que el comprador busca comprar barato y un vendedor busca conseguir el mejor beneficio. El socio y la cooperativa son uno, la cooperativa es una herramienta del propio socio para obtener los mejores resultados posibles del mercado.

Por ello, la relación entre el socio y la cooperativa se establece a través de los estatutos y los acuerdos sociales, que según las leyes cooperativas, deben recoger los términos y condiciones en las que los socios han de participar en la actividad cooperativizada pudiendo ser sancionado por no cumplir adecuadamente su obligación de participar en la actividad cooperativizada, poniéndose de manifiesto, una vez más, la aplicación preferente del derecho societario frente al derecho contractual.

Otra característica esencial de la relación del socio con la cooperativa es la prohibición de competencia, que puede llegar al establecimiento del principio de exclusividad, no permitiendo a los socios que entreguen parte de su producción a otras cooperativas o entidades mercantiles. Si esta relación no fuera societaria no podría darse este tipo de limitaciones, pues estaríamos poniendo restricciones a la libre actuación de mercado, práctica prohibida por el derecho de la competencia.

Además de todas estas particularidades jurídicas de la relación del socio con su propia cooperativa, desde un punto de vista sectorial, las diferencias de actuación entre las cooperativas y las empresas capitalistas (sociedades de capital anónimas y limitadas) son más que notables, aunque ambas operen en el mismo mercado:

	EMPRESAS COOPERATIVAS	OTROS OPERADORES (EMPRESAS CAPITALISTAS)
PAPEL DE AGRICULTORES/ GANADEROS	SOCIOS, PROPIETARIOS	PROVEEDORES
BENEFICIOS	> PRECIO DE MERCADO (a los socios) > RETORNOS COOPERATIVOS: se reparten a los socios, en función de la actividad cooperativizada. > REINVERSIÓN EN LA PROPIA COOPERATIVA	A los ACCIONISTAS (según el capital social, nacionales o multinacionales)
DECISIONES	Las toman los socios, eligen a su CONSEJO RECTOR, participan en la ASAMBLEA GENERAL, donde acuerdan su forma de funcionar.	Las toman los ACCIONISTAS: CON- SEJO DE ADMINISTRACIÓN, JUNTA GENERAL.
ACTIVIDAD COMERCIALIZADORA	Equipo comercial que rinde cuentas y se debe a la Asamblea General y vela por sus intereses, MAXIMIZANDO la remuneración de los productos entrea- gados por el productor-socio.	Equipo comercial que rinde cuentas y se debe a los accionistas y vela por los intereses de éstos, MINIMIZANDO el precio del producto comprado al pro- ductor-proveedor.

Adicionalmente:

- Actividad de la cooperativa: recoge toda la producción de los socios, con criterios de calidad. La empresa capitalista que opera en el mismo ámbito compra el producto que le interesa, poco o mucho, unas calidades determinadas u otras, en función de la situación del mercado. El resto, se queda en el campo o los productores primarios individuales lo tienen que vender como puedan. Debido a esto, no pueden tampoco compararse los precios pagados por los compradores privados por una parte seleccionada de la producción con la liquidación del valor añadido que realiza la cooperativa, que, en este caso, se refiere a toda la producción entregada.

- No hay abuso en la relación socio-cooperativa. Ni abuso de poder, ni imposición de cláusulas o requisitos abusivos. El socio y la cooperativa son una misma parte, tienen el

mismo interés. Sí puede haber abuso de poder e imposición de cláusulas o requisitos abusivos en la relación productor primario-vendedor / operador-comprador.

- No hay posición de dominio de la cooperativa respecto de sus socios, que son al mismo tiempo propietarios de la cooperativa y deciden democráticamente la mejor forma de gestionar la comercialización de sus propios productos, con vistas a obtener el máximo valor añadido posible.

Por todo lo anterior, no puede ponerse en términos de igualdad la relación socio-cooperativa con la relación proveedor-comprador y por lo tanto, no hay discriminación por forma jurídica de las empresas, sino por la distinta naturaleza de la relación entre los agricultores/ganaderos y su propia cooperativa (mutualista, interna, sin lucro), por un lado, y la relación entre los agricultores/ganaderos y su comprador (mercantil y lucrativa para el más poderoso). ■



El “problema” de los costes efectivos de producción

Tras las movilizaciones generalizadas del sector productor a principios de este año, el MAPA ha querido atender a las reivindicaciones planteadas modificando la ley de la cadena alimentaria, mediante el RDL 5/2020, para, entre otras cuestiones, obligar a que los compradores paguen un precio que, al menos, cubra los costes efectivos de producción.

Las cooperativas trabajan para lograr las mejores condiciones comerciales para los productos de sus socios

La intención es incuestionable, **Cooperativas Agro-alimentarias de España** apoya el objetivo de lograr los mejores precios posibles para el sector productor, y las cooperativas trabajan, cada día, para lograr las mejores condiciones comerciales para los productos de sus socios, con el objetivo, no solo de cubrir los costes de producción, sino de generar unos márgenes razonables que permitan el desarrollo del proyecto empresarial que es una explotación agraria.

El problema surge cuando las circunstancias del mercado, normalmente por un desequilibrio oferta-demanda, hacen caer los precios, incluso por debajo de los costes de producción. En estas circunstancias, la reforma legal incorporada mediante el RDL 5/2020, podría tener un efecto contrario al perseguido, porque o bien, impediría la venta de los productos a ese precio inferior al coste de producción, o bien, induciría a aceptar unos “costes teóricos” que habrían sido “adaptados” hasta acomodarse al precio de mercado, para poder vender.

Que quede bien claro, las cooperativas no queremos vender a precios inferiores a los costes de producción, pero a

veces, no hay compradores dispuestos a pagar determinados niveles de precios, y en esos casos, es peor no vender y perder la totalidad del valor de los productos.

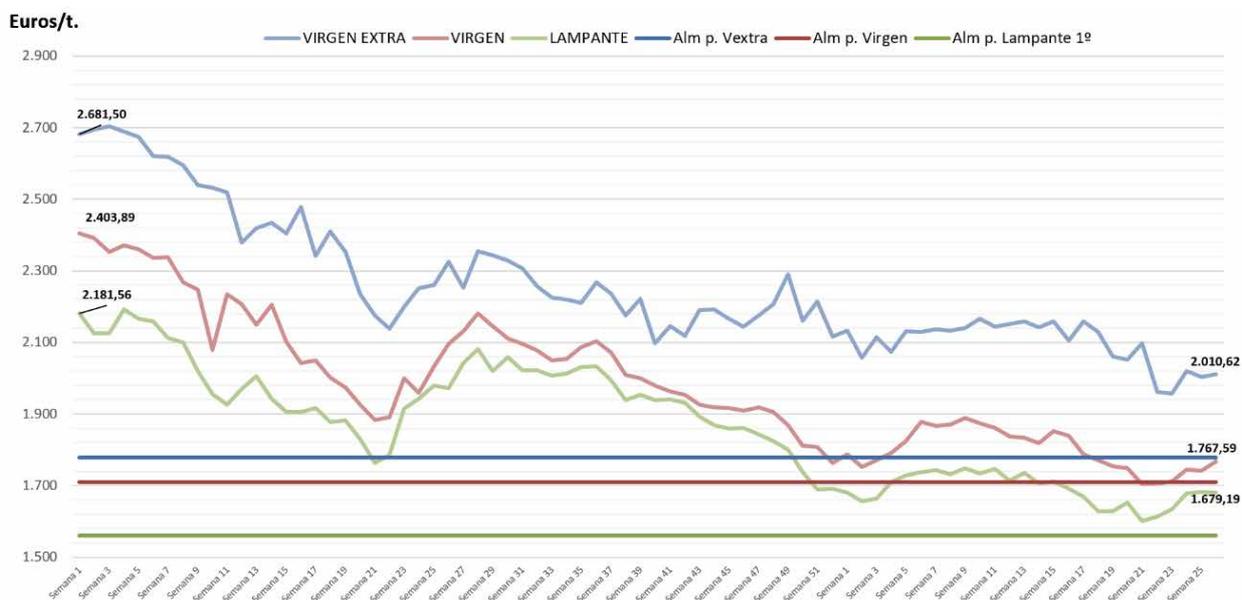
El mercado se comporta en función de la oferta y la demanda

Cubrir, al menos, los costes de producción es un objetivo que todo empresario persigue, ya que es la condición imprescindible para la sostenibilidad del negocio. Pero es ingenuo pensar que el mercado se va a comportar en función de los costes de producción. El mercado se comporta en función de la oferta y la demanda, y cuando hay más oferta que demanda, los precios bajan, y al revés, cuando la oferta es inferior a la demanda, los precios suben. Y esto es así en todas las economías libres de mercado, en todos los productos, con independencia de los costes de producción.

Así está pasando ahora mismo en varios sectores, por ejemplo:

- **Aceite de oliva**, con unos costes de producción según estudios oficiales (COI, MAPA) que oscilan entre los 2,07-3,56 €/kg, según el sistema de cultivo/olivar analizado, y unos precios (semana 26) que se encuentran en torno a los 1.67 €/kg (AO Lampante), 1.79 €/kg (AO Virgen) y 2.06 €/kg (AO Virgen Extra). Es decir, prácticamente todos los precios por debajo de costes de producción, no digamos el olivar tradicional de secano. En teoría debería haberse paralizado el mercado nacional, a la vez que las producciones de países próximos (Italia, Grecia, Portugal, Norte de África), sí podrían seguir comercializándose, penalizando nuestra producción, y especialmente aquella cuyos costes son más elevados.

Precios semanales 2019/2020



Cereales, donde se da la paradoja adicional de que los precios son mundiales, con independencia total de nuestras producciones y costes:

Zona consumo salida agricultor Diferentes rendimientos / hectárea

	th	tb	c	m
cotización media	192	185	168	169
coste medio/ha	850	800	715	1800
rendimiento medio	4,1	4,1	4,2	10,3
coste medio/t	209	197	170	175

	th	tb	c	m
cotización media	192,00	184,91	168,02	169,14
coste medio/ha	850	800	715	1800
rendimiento medio	3,5	3,5	3	10,3
coste medio/t	243	229	238	175

	th	tb	c	m
cotización media	192,00	184,91	168,02	169,14
coste medio/ha	850	800	715	1800
rendimiento medio	3	3	2,5	10,3
coste medio/t	283	267	286	175

Zona producción salida agricultor Diferentes rendimientos / hectárea

	trigo base	maíz	cebada
cotización media	176,38	168,83	167,36
coste medio/ha	640	1700	580
rendimiento medio	3,39	10,1	3,36
coste medio/t	188,79	168,32	172,62

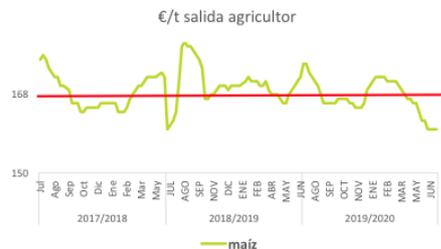
	trigo base	maíz	cebada
cotización media	176,38	168,83	167,36
coste medio/ha	640	1700	580
rendimiento medio	4	10,1	4
coste medio/t	160,00	168,32	145,00

	trigo base	maíz	cebada
cotización media	176,38	168,83	167,36
coste medio/ha	640	1700	580
rendimiento medio	3	10,1	3
coste medio/t	213,33	168,32	193,33

Zona de consumo salida agricultor



Zona productora salida agricultor



Además, en otros casos, los precios de mercado no tienen nada que ver con los costes de producción. Por ejemplo, los destriés de fruta o cítricos que van con destino a industria de transformación para zumos o purés vegetales tienen precios de destriés, próximos a 0 €, porque no tienen valor comercial para el mercado de fresco. Sin embargo, su coste de producción es el mismo de las primeras categorías de la misma parcela.



En nuestro mercado agroalimentario, lo vemos y lo analizamos cada año. Cada año estamos pendientes de las estimaciones de producción, de los stocks de enlace, de las previsiones de importación y exportación, de la evolución del consumo interior, de si llueve más o menos, de las noticias de la producción de los principales países competidores, etc. ¿Qué necesidad habría de hacer todo esto si la lógica del mercado, y por lo tanto el precio, fuera la de nuestros costes de producción? Y cuando vemos que se avecina o que tenemos un excedente, aunque sea coyuntural, todos, incluido el MAPA, intentamos, por todos los medios, que Bruselas nos autorice a poner en marcha los exiguos mecanismos de gestión de mercado que quedan en la PAC. ¿Si la lógica fuera la de nuestros costes de producción, qué sentido tendría todo esto?

Obviamente, los mercados funcionan en función de la oferta y la demanda, y cuando se produce un desajuste, excedente coyuntural, los precios caen, y cuando eso sucede, solo quedan dos opciones, o se dispone de un mecanismo de gestión de la oferta (retirada, almacenamiento privado, congelación, destilación, etc.), o el sector productor asume los malos precios de la campaña. Afortunada y normalmente, esto no sucede todos los años, y ni siquiera la mayoría de los años, sino que suelen alternarse ciclos mejores y peores, que permiten una supervivencia razonable del sector productor. Y cuando las condiciones del mercado fuerzan de forma persistente una escasa rentabilidad, el sector se resiente, e incluso llegan a abandonarse cultivos o producciones. Y también sucede, que, ante la expectativa de una mejor rentabilidad, se cambian cultivos o producciones, y así unas superficies de cultivo bajan y otras suben. Así funciona nuestro sector.

Dificultades adicionales para las cooperativas

Antes de desarrollar este apartado, hay que reiterar una vez más que las cooperativas no quieren vender a precios inferiores a los costes de producción, como alguien, demagógicamente, ha dicho. Es estúpido pensar o decir esto.

Pero las cooperativas tienen que vender la producción de sus socios, y han de hacerlo al precio de mercado, ya que nadie puede operar fuera de los precios de mercado, sencillamente se queda fuera del mercado. Llevamos años trasladando a los gestores de las cooperativas que “hay que tener presencia permanente en el mercado, no puedes aparecer y desaparecer”, porque de esa forma no se puede fidelizar clientes. Las cooperativas, como cualquier operador que quiera ser serio y fiable, han de tener presencia continuada en el mercado, operando al precio de mercado de cada momento. Lo contrario sería alentar comportamientos especulativos que te convierten en un proveedor “poco fiable”. Este no es el camino, no puede ser el camino.

Además, como hemos dicho en otro artículo, la estructura de la cadena es tal, que la capacidad de negociación de los vendedores se restringe a aceptar o rechazar las condi-



ciones ofertadas, no hay poder de negociación para nada más. Y la reforma introducida mediante el RDL 5/2020, en nada ha mejorado este poder de negociación del sector productor, lo único que ha sucedido es que se añade una inquietud adicional al tener que incorporar la dichosa cláusula 9.1.) “el precio pactado cubre los costes efectivos de producción del producto objeto de este contrato”.

Pretender “asegurar” un precio superior al coste efectivo de producción a todos y en toda circunstancia, es sencillamente imposible. Es generar una expectativa que no se va a cumplir, y provoca una tensión en los mercados de origen, que no resuelve el problema, sino que lo complica.

Dicho lo anterior, **el objetivo de mejorar el reparto de valor en la cadena alimentaria a favor del sector productor es un objetivo que Cooperativas Agro-alimentarias de España comparte y persigue.** Pero los medios, a nuestro juicio, han de ser otros:

1. Mejorar la organización económica del sector productor (organizaciones de productores, cooperativas).

Un sector desorganizado no tiene ninguna capacidad de maniobra ni fortaleza en el mercado, estará siempre a merced de los compradores, que por definición son menos y suelen tener más fuerza. Esta es una tarea de largo plazo y permanente, y las políticas de fomento de la organización económica del sector productor han de ser valientes, consistentes y duraderas. Aquí no hay atajos, construir una cooperativa sólida, solvente, eficiente, rentable, requiere sacrificios y esfuerzos de muchos durante muchos años, el cortoplacismo y el egoísmo, casan mal



con el cooperativismo. Además, tenemos que ganarnos la credibilidad cada día, porque estamos rodeados de maledicentes y de otros operadores con intereses contrapuestos que saben que cuanto peor le vaya a la cooperativa, más oportunidades tienen ellos, y viceversa.

2. Mecanismos de gestión de la oferta. Como hemos dicho, la única manera de atenuar los efectos de una sobreoferta es ajustándola, y eso solo puede hacerse mediante mecanismos que lo permitan (almacenamientos, destilaciones, congelación de carnes, retiradas, etc.). Básicamente, quedan dos tipos, los que obligan a todos los operadores del sector, y los voluntarios (que, para ser eficaces, necesitan un sector mínimamente organizado, porque si no, son ineficaces), consistentes en una actuación coordinada de los operadores en origen. Obviamente estas actuaciones coordinadas están prohibidas por la legislación de Competencia, salvo excepciones, que son precisamente los mecanismos, cada vez más escasos e ineficaces, de la PAC. Un sector dependiente de la climatología y abierto al mercado global, sin mecanismos de gestión de la oferta eficientes, se expone a sufrir episodios de volatilidad de precios que dañan su capacidad productiva. Es necesario seguir insistiendo, con la mayor intensidad posible ante las instituciones comunitarias para que mejoren la eficacia y agilicen los mecanismos de gestión de mercado, aunque suene antiguo. Y desde España, con mayor motivo: nuestras grandes producciones mediterráneas (aceite de oliva, frutas y hortalizas y vino), son minoritarias en la UE, y nunca van a ser la causa de una gran crisis agraria capaz de movilizar medidas extraordinarias. Nosotros las necesitamos más que nadie.

3. Organizaciones Interprofesionales. Un capítulo de la organización del sector lo constituyen las organizaciones Interprofesionales, que pueden jugar un gran papel en el desarrollo sectorial. Afortunadamente, hemos avanzado bastante en este terreno en los últimos años, aunque todavía queda recorrido y cosas por hacer. Aquí hay que seguir trabajando.

4. Transparencia en la cadena alimentaria. Esta es una cuestión fundamental. Es inaceptable que, a estas alturas del siglo XXI, con todos los avances tecnológicos existentes, no sepamos de la cadena alimentaria poco más que los precios en origen y los precios de venta al público. Todo el resto de la cadena es totalmente opaco, desconocemos los precios a los que se opera en los eslabones intermedios y por lo tanto los márgenes de cada uno. Esta es una información esencial para apuntar en la dirección adecuada, si se quiere resolver el problema del reparto de valor en la cadena alimentaria. El pomposo Observatorio de la Cadena Alimentaria, es incapaz de observar nada, más allá de informes generales y extemporáneos. No entendemos la resistencia a crear un sistema mucho más operativo, sectorializado, que permita analizar en tiempo real, cuando sea necesario, el comportamiento de la cadena, sus fallos y sus medidas correctoras.

5. Perseguir las prácticas abusivas. La ley de la cadena en 2013 fue un paso muy positivo, permitió avanzar en la generalización de contratos escritos y, sobre todo, en acabar con la morosidad en las relaciones comerciales del sector. Ahora, se ampliará el catálogo de prácticas abusivas por la trasposición de la Directiva de Prácticas Comerciales Desleales, y será más positivo erradicar comportamientos abusivos que suelen aplicarse contra la parte más débil de la relación comercial, es decir, los productores.

6. Revisar la cuestión de los costes efectivos de producción. Lograr siempre y en todo momento unos precios superiores a los costes efectivos de producción es un objetivo aspiracional (como se dice ahora), pero, en ocasiones imposible, tal y como está regulado en el texto legal. Sin renunciar al objetivo, que debe alcanzarse siempre que sea posible, es necesario afinar el concepto y su aplicación.

Por un lado, la “indefinición” legal del coste efectivo de producción ha provocado una enorme confusión y por lo tanto inseguridad jurídica, precepto constitucionalmente consagrado. Por ello, es necesario que el MAPA establezca de forma clara los elementos que han de tenerse en cuenta para la determinación de ese coste efectivo de producción, acabando así con la inseguridad jurídica.

Por otro lado, es necesario encontrar una solución a las situaciones de desequilibrio oferta-demanda o crisis sectorial, en las que no será posible obtener un precio superior al de los costes. Nosotros hemos propuesto que la sanción por precios inferiores a los costes de producción se aplique cuando son fruto de un abuso. Y hay otras soluciones aplicables a las cooperativas, pero difíciles de aplicar a los



agricultores/ganaderos individuales, que todas ellas requerirán la correspondiente modificación del texto actual:

- Determinación de un coste medio por la cooperativa, frente a un precio medio del conjunto de operaciones comerciales de la campaña. Esta solución también requiere una modificación legal, ya que actualmente no se contemplan costes medios, ni precios medios.
- Aplicación de cláusulas de reparto de valor tal y como establece el artículo 172 bis del Reglamento de la OCM-A, donde se dice que "...los agricultores, incluidas las asociaciones de agricultores, y su primer comprador podrán acordar cláusulas de reparto de valor, incluidos los beneficios y las pérdidas comerciales, que determinen la manera en que se reparten entre ellos la evolución de los precios de mercado pertinentes de los productos afectados u otros mercados de materias primas". Lo que describe este artículo, es exactamente cómo funcionan las cooperativas, aunque no sean estrictamente primeros compradores con respecto a sus socios.
- Gestión plurianual de resultados, en los que se contrastarían precios medios percibidos frente a costes

medios, en un periodo de varios años o ciclo sectorial, en vez de operación a operación (contrato a contrato), tal y como establece la ley actualmente.

7. Venta a pérdidas. Si bien nos parece acertado el concepto de destrucción de valor en la cadena alimentaria (artículo 12 ter), salvando el tema de los costes efectivos de producción en los términos anteriormente expuestos, se ha obviado el concepto de venta a pérdidas en el eslabón minorista, lo cual mantiene el riesgo de una "guerra de precios", aunque fuera a costa de las cuentas de resultados de los minoristas (¿?), que acabaría repercutiendo a toda la cadena alimentaria. Ya en su día propusimos acotar esta práctica a la competencia leal entre los minoristas, excluyendo explícitamente a los consumidores en el ámbito de aplicación del texto legal.

En definitiva, creemos que se está a tiempo de abrir un periodo de reflexión en profundidad sobre estas importantes cuestiones, que deben servir para resolver algunos de los problemas que enfrentamos, algunos otros que están por venir (mejor reparto de valor de la cadena alimentaria para contrarrestar el impacto negativo de la Estrategia de la Granja a la Mesa en las cuentas de resultados de las explotaciones agrarias). La cuestión no es fácil, y por ello, hay que trabajarla más. ■

Nace AgriCOOPDS, nueva iniciativa para promover el cooperativismo agrario

Ante la crisis global generada por la COVID-19, la organización de los agricultores y agricultoras familiares en cooperativas (o figuras colaborativas similares) puede ser clave para hacer frente a los retos del futuro. La iniciativa ha sido diseñada por el Fondo Rural Mundial con la participación de organizaciones como: LORRA, KONFEKOOP, CSCE-EK GK, Cooperativas Agroalimentarias de España, COGECA, Agriterra, ACODEA, Kalku Cooperativa, Fundación Cándido Iturriaga, Laboral Kutxa, Cajamar, UDAPA S.Coop, ABERE S.Coop y ABELUR S. Coop.

El Foro Rural Mundial - FRM lanza una nueva iniciativa con el objetivo de promover el cooperativismo y asociativismo agrario, aprovechando la oportunidad que nos ofrecen para ello los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Bajo el nombre de AgriCOOPDS, la iniciativa da a conocer el cooperativismo agrario mediante la difusión de buenas prácticas y mostrando con claridad la contribución del cooperativismo al cumplimiento de los ODS, y buscará crear un entorno favorable que facilite la adopción de mejores políticas públicas.

El cooperativismo permite aglutinar oferta y mejorar precios, aumentando así los ingresos de sus socios y socias. Mejora el acceso a servicios de calidad para sus miembros y crea empleo sostenible y de calidad. La organización del sector agrícola en cooperativas, permite movilizar más capital y recursos, y contribuye a una mayor redistribución de la riqueza.

Por todo ello, las cooperativas son un modelo empresarial intrínsecamente social y sostenible que contribuye de manera directa a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

En este sentido, el Decenio de las Naciones Unidas de la Agricultura Familiar 2019-2028 (DNUAF) destaca, por ejemplo, la

importancia de la participación de las agricultoras y agricultores familiares en cooperativas para mejorar sus capacidades y condiciones de negociación y como catalizador de un suministro constante de productos en el mercado (Plan de Acción Global del DNUAF, 2019).

La iniciativa AgriCOOPDS está dirigida principalmente a las propias cooperativas agrarias, quienes, a través de una encuesta disponible en la web tendrán la oportunidad de conocer su contribución a los ODS, y que mostrará asimismo, en qué ámbitos pueden realizar un mayor esfuerzo para aumentar esa contribución.

Mujeres y jóvenes en el cooperativismo

La iniciativa AgriCOOPDS cuenta con un componente importante que se dirige a mujeres y jóvenes, agricultores y agricultoras afiliadas a sindicatos u organizaciones agrarias de los cinco continentes.

En este sentido, la iniciativa pretende aumentar la incorporación de más mujeres y jóvenes como socios y socias a las cooperativas existentes en su región, lo que fortalecería las propias cooperativas y contribuiría a mejorar la calidad de vida de jóvenes y mujeres de la agricultura familiar.

Las cooperativas son imprescindibles para alcanzar los ODS

El cooperativismo agrario cuenta con una vinculación directa con 69 metas de los ODS, 41% del total de metas existentes.

La contribución de las cooperativas al desarrollo rural, facilitando la consecución de metas relacionadas con el desarrollo económico inclusivo, el cambio climático, el hambre o la desigualdad en las comunidades rurales, se produce a través de su labor en el ámbito productivo del sector primario, pero también a través del desarrollo del espíritu cooperativo y colaborativo que facilita el desarrollo de sociedades más cohesionadas y resilientes.



INICIATIVA DE PROMOCIÓN DEL COOPERATIVISMO AGRARIO ANTE EL RETO DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Ahora más que nunca, aprovechemos, valoremos, apoyemos y confiemos en el enorme potencial de la agricultura familiar y el cooperativismo agrario para asegurar la alimentación y la sostenibilidad del planeta. La agricultura familiar y sus cooperativas de hoy son la clave que evitará las crisis alimentarias del futuro. ■

AEFA ha repartido más de 85.000 mascarillas a los trabajadores del campo



Las empresas que forman la Asociación Española de Fabricantes de Agronutrientes, AEFA, han donado un total de 85.824 mascarillas entre los trabajadores del campo que están realizando la recolección de la fruta en las diferentes zonas productoras de España.

El material que cuenta con todas las garantías de protección y seguridad marcadas por Sanidad ha sido distribuido por **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, vía sus federaciones regionales y cooperativas.

Las mascarillas han sido fabricadas por la Fundación Laboral de Minusválidos Sta. Bárbara, cuyo personal, trabajadores discapacitados físicos, psíquicos y sensoriales que habitualmente confeccionan vestuario

laboral bajo la marca FUSBA, y que, a raíz de esta crisis sanitaria, fabrican mascarillas para garantizar su suministro donde más se necesiten.

Su compra y logística de distribución ha sido gestionada a través de TRAGSA, gracias a la mediación del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Cooperativas Agro-alimentarias de España, sus federaciones regionales y cooperativas agradecen la iniciativa solidaria de AEFA, que garantiza la seguridad de los trabajadores y el abastecimiento de frutas frescas a la población, así como la colaboración de TRAGSA en la recomendación y logística del material de protección. ■



Toda nuestra experiencia, es tuya

En el Santander llevamos más de 30 años ayudando a miles de agricultores y ganaderos de Extremadura. Este conocimiento nos permite ofrecerte siempre el producto o el apoyo que necesitas para tu cultivo, tu ganadería, tu negocio.

Infórmate sobre todas las soluciones que Santander Agro puede ofrecerte.

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



La Comisión presenta la estrategia De la Granja a la Mesa y sobre la Biodiversidad para 2030

Las estrategias marcan la aplicación del Pacto Verde en el sector agroalimentario. Se imponen objetivos concretos a nivel global de la UE. La presentación oficial, en medio de la pandemia y sin presencia del comisario de Agricultura, ha generado frialdad en el sector productor europeo. Cooperativas Agro-alimentarias busca un debate sosegado y basado en la evidencia científica, donde el sector sea parte de la solución y no el problema.



La Comisión Europea presentó el pasado 20 de mayo las estrategias *De la Granja a la Mesa* y *sobre la Biodiversidad para 2030*¹. Estas dos propuestas definen una hoja de ruta a seguir de aquí al año 2030 para los Estados miembros y para el sector agroalimentario en materia medioambiental, productiva, industrial y de consumo, materializando la aplicación del Pacto Verde de la UE en nuestro sector.

El Pacto Verde es la estrategia europea presentada por la Comisión el pasado mes de diciembre, y validada por el Consejo y el Parlamento Europeo, que marca el ambicioso objetivo de conseguir una economía libre en carbono en Europa en 2050. A esta iniciativa se le une el marco para conseguir la neutralidad climática², bajo la cual se decidirá el nivel de reducción en las emisiones de gases de efecto invernadero para 2030 el próximo septiembre de 2020, listón que puede dar unos compromisos de reducción de entre un 50 y un 55%. A su vez, la UE cumple con los compromisos de los Acuerdos de París COP21 y la ruta que marcan la aplicación de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) de la ONU.

Qué propone la Estrategia De la Granja a la Mesa

La estrategia *De la Granja a la Mesa* propone como objetivo fundamental la creación de una cadena alimentaria que funcione para los productores y los consumidores, el clima y el medioambiente. Se trata de garantizar una producción sostenible, segura, estimular prácticas sostenibles en toda la cadena, promover un consumo bajo parámetros de dieta saludable, una estrategia para el desperdicio alimentario y luchar contra el fraude alimentario.

Para facilitar esta transición se propone invertir más en innovación, investigación, tecnología, servicios de asesoramiento a las explotaciones, el intercambio de datos, la transferencia del conocimiento y la formación. Pero la estrategia reconoce que estos estándares deberán tener en cuenta la rentabilidad del sector productor en la cadena, y promoverlos a nivel internacional para evitar la competencia desleal y buscar un reconocimiento recíproco en las relaciones comerciales.

Sin embargo, las cuestiones más llamativas están en los objetivos cuantificados, incluidos en la estrategia sin

¹ COM (2020) 381 Final. *Estrategia de la Granja a la Mesa, para un sistema alimentario, justo, saludable y respetuoso con el medio ambiente*. COM (2020) 380 final *Estrategia de la UE sobre la Diversidad Biológica para 2030*.

² Reglamento (2020) de 4 marzo. Marco para lograr la neutralidad climática.



▲ Frans Timmermans, vicepresidente de la CE, Stella Kyriakides, comisaria de Salud y Seguridad Alimentaria, y Virginijus Sinkevičius, comisario de Medio Ambiente, Océanos y Pesca, presentan oficialmente la estrategia de Biodiversidad y de la Granja a la Mesa

que existan estudios de impacto o estado de la situación para alcanzarlos. Así, se propone de aquí a 2030 reducir en un 50% el uso de plaguicidas químicos y de antimicrobianos en su uso veterinario. En lo que se refiere a los suelos se busca reducir pérdida de nutrientes en un 50%, al tiempo que se reduce en un 20% el uso de fertilizantes químicos en los cultivos. Por último, se plantea un objetivo de alcanzar un 25% de la superficie agrícola en producción ecológica.

Estrategia sobre la Diversidad Biológica

En relación con la estrategia sobre la Diversidad Biológica para 2030, su principal objetivo es proteger la naturaleza e iniciar el camino para restaurar la biodiversidad que se ha ido perdiendo fruto de la contaminación, la sobreexplotación de los recursos -especialmente el del agua-, en beneficio de las personas, el clima y el planeta.

Como objetivo genérico se propone proteger y recuperar el 30% de los mares y del suelo a través de la restauración de ecosistemas del suelo y del agua dulce y salada, un marco jurídico reforzado que impulse la consecución de

Se plantean objetivos cuantificables muy ambiciosos sin contar con estudios de impacto ni hojas de ruta creíbles

los objetivos, la devolución de tierras agrícolas a la naturaleza, la protección de polinizadores, el control de plagas que entren con las importaciones, aumentar la masa forestal y su salud, impulsar las energías renovables, las zonas urbanas ecológicas, reducir la contaminación y adaptar la política comercial de la UE a estos nuevos requisitos.

Igualmente plantea objetivos cuantificables como el de conseguir que un 10% de la superficie se proteja por motivos paisajísticos y plantar 3.000 millones de árboles en la UE. Coincide con la estrategia de Granja a la Mesa respecto a los objetivos concretos sobre la plaguicidas, fertilización y agricultura ecológica.

Los recelos del sector productor

El sector agrícola y ganadero será uno de los más afectados por los objetivos medioambientales propuestos, que condicionará la aplicación de la PAC 2021-2027 así como la elaboración de los Planes Estratégicos PAC que ya se están preparando en los diferentes Estados miembros, y cuyos trabajos a nivel de información y análisis del sector ya andan muy avanzados, no así a nivel de la negociación política de las medidas a tomar, puesto que la nueva PAC no está aprobada y el marco financiero plurianual sigue sin acuerdo.

Si bien el sector se ha declarado proclive a trabajar en una mayor sostenibilidad medioambiental y su compromiso por el clima, no en vano es el primer afectado por sus efectos,

la comunicación de estas dos estrategias ha sido recibida con cierta frialdad.

Hay varias razones que alimentan la crítica y la desconfianza. A nivel de contenidos, se plantean objetivos cuantificables muy ambiciosos sin contar con estudios de impacto ni hojas de ruta creíbles, aunque se trate de objetivos globales a nivel de la UE, y se desconoce todavía las medidas concretas y las referencias a partir de las cuales se aplicarán las reducciones correspondientes.

A nivel político, ha llamado poderosamente la atención que en la presentación de estas dos estrategias no haya estado presente el nuevo comisario de Agricultura y Desarrollo Rural, el polaco Janusz Wojciechowski, clave en el cumplimiento de esta estrategia, y que estarán en manos de la DG Sanidad y Consumo para la Granja a la Mesa, y de la DG Medioambiente en la Biodiversidad para 2030. Este hecho ha sido percibido como una debilidad del sector dentro de la Comisión, a pesar de seguir siendo la única política fundamental y competencia exclusiva de la UE.

Tampoco ha ayudado el hecho de que se había propuesto a la Comisión retrasar la presentación de las estrategias para septiembre u octubre, teniendo en cuenta el impacto de la pandemia del COVID-19, la negociación del presupuesto de la UE y el acuerdo de la futura relación entre la UE y el Reino Unido. Finalmente, ambas se presentaron en medio de la pandemia, con un tono negativo sobre la producción europea, que vive desde hace años una crisis de rentabilidad y se siente desprestigiada, a pesar de que durante la pandemia ha sido el sector que, junto con los sanitarios, ha sido capaz de seguir manteniendo el suministro de alimentos sanos, de calidad y a precios razonables a una sociedad confinada.

La acción de Cooperativas Agro-alimentarias de España

La presentación de las estrategias es el inicio del debate, y **Cooperativas Agro-alimentarias de España** participa a través de la interlocución con el Gobierno y los trabajos del Plan Estratégico PAC, así como al más alto nivel en la UE, donde Ramón Armengol ocupa el puesto de presidente de la CO-GECA y tiene la oportunidad de reunirse con la Comisión en nombre del cooperativismo agroalimentario europeo.

Siendo consciente del gran reto que supone el cambio de modelo productivo, **Cooperativas Agro-alimentarias de España** ha confirmado su compromiso con la sostenibilidad, y ha añadido una serie de principios básicos para abordar el proceso. Se apunta a que el sector debe ser parte de la solución y no el problema; que todas las decisiones deben estar basadas en la evidencia científica; que no habrá sostenibilidad medioambiental sin sostenibilidad económica, que sin encauzar los problemas de la cadena alimentaria y la escasa rentabilidad de la producción agraria será imposible hacer las inversiones que requieren la producción de bienes públicos que el mercado no remunera;

Las estrategias se presentaron en medio de la pandemia, con un tono negativo sobre la producción europea, que vive desde hace años una crisis de rentabilidad y se siente desprestigiada, a pesar de que durante el confinamiento ha sido capaz de seguir manteniendo el suministro de alimentos sanos, de calidad y a precios razonables a la sociedad

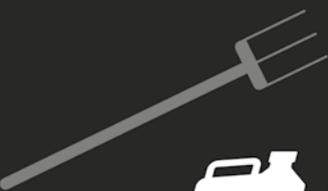
ra; y que las cooperativas agroalimentarias y los enfoques colectivos de los agricultores serán clave para poder aplicar el modelo de manera eficiente incluyendo a los productores en las oportunidades que se produzcan.

Por último, todo este esfuerzo europeo será inútil si no se aplica en países terceros, y tendrá un impacto en la competitividad si no se controlan las importaciones para que cumplan con los mismos requisitos que el modelo productivo europeo.

También preocupa la deriva del consumo, donde las producciones ganaderas están siendo atacados, así como el consumo de carne roja, bajo una mezcla de argumentos de sostenibilidad ambiental y salud. Partiendo de que el debate debe encauzarse en la realidad científica, y que no existen productos milagro ni diabólicos, sino dietas equilibradas, la comunicación y la formación será clave para encontrar puntos equilibrados, que huyan de planteamientos más ideológicos que científicos, que siendo legítimos no pueden ni deberán imponerse.

Se inicia uno de los debates estratégicos más importantes desde que existe la PAC, porque no se habla de las ayudas, sino de modelo productivo y de los condicionantes al mercado que se impondrán por la reglamentación necesaria para llevarlo a cabo. Existen muchos retos, pero también oportunidades (bioeconomía, energías renovables, nuevos enfoques de negocio, etc.), por tanto, las cooperativas están haciendo un ejercicio de cálculo fundamental para saber dónde estamos, lo que podemos hacer y hasta dónde se puede llegar, de acuerdo con la realidad y el conocimiento actual. Llevar el debate a los datos y buscar respuestas a la rentabilidad de las explotaciones de nuestros socios y socias en el marco de un modelo más sostenible medioambientalmente es el objetivo para los próximos meses.

Una vez validadas las estrategias por el Parlamento Europeo y el Consejo, la Comisión hará recomendaciones a los Estados miembro respecto a sus Planes Estratégicos para la nueva PAC, que con casi total certeza llegará con dos años de retraso en 2023. ■



OPERACIÓN RECICLAJE

Únete a la causa y cuida
del medio ambiente

¿CÓMO PARTICIPAR?

www.operacionreciclaje.sigfito.es

La Comisión Europea presenta la actualización de las perspectivas financieras 2021-2027 y un Plan de Recuperación Económica



▲ Comisión Europea - reunión semanal

La crisis económica y social de la UE provocada por la pandemia COVID-19 va a ser muy importante, más que la crisis de 2008 y calificada por los líderes europeos como la mayor crisis de la UE después de la 2ª Guerra Mundial. Según las previsiones de la UE, el PIB caerá en 2020 en más del 7%, pero en los países más afectados esta caída llegará hasta el 9%, como en Italia y España.

Para hacer frente a esta crisis y lo más rápido posible, el pasado 27 de mayo la Comisión Europea presentó su propuesta de actualización de las próximas perspectivas financieras UE y el Plan de Recuperación Económica, que consiste en:

- Actualización de su propuesta de Perspectivas Financieras 2021-2027. Debido a la amplitud de esta crisis, esta propuesta, que se presentó en mayo de 2018, debía ser actualizada para tener en cuenta los efectos de la misma en los próximos años.
- Junto al Marco Financiero Plurianual, se propone un Plan de Recuperación Económica llamado New Generation EU con un montante de 750.000 millones de euros de los que 500.000 millones se darían en forma de subvención a fondo perdido y el resto mediante préstamos.

Este plan de recuperación se compone de tres pilares:

- Fondo de recuperación y resiliencia por valor de 500.000 millones de euros para inversiones, más 55.000 millones de € para Política de Cohesión (mediante el programa REACT-EU), añadiendo 15.000 millones € para desarrollo rural para aplicar la Estrategia de la Granja a la Mesa, y otros 10.000 millones € más para la aplicación de la estrategia de Biodiversidad.
- Incentivar inversiones privadas y actualizar el programa Invest EU (Agricultura sería elegible), distintos fondos para movilizar dinero.
- Programa “Aprender lecciones de la crisis”: Plan salud, Mecanismo de protección europeo, Horizon 2020, acción exterior y otros como Ayuda a desfavorecidos

España sería el 2ª país beneficiario de este Plan de Recuperación con 144.000 millones de euros, de los que 70.000 millones vendrían mediante subvenciones directas y el resto préstamos a devolver.



▲ Johannes Hahn, comisario europeo de Presupuesto y Administración, da una conferencia de prensa sobre el Marco Financiero Plurianual (MFF) y los Instrumentos de Recuperación

Cómo queda la PAC en esta propuesta de la Comisión Europea

La PAC mejora su financiación con respecto a la propuesta de la Comisión Europea del pasado 2 de mayo de 2018, lo que es buena noticia porque se ha considerado que la agricultura de la UE sigue siendo un sector estratégico para los europeos, como así se ha demostrado en esta crisis. Los agricultores, sus cooperativas y resto de trabajadores de la cadena alimentaria han sido esenciales en este periodo proveyendo de alimentos a los europeos evitando que a la crisis sanitaria, social y económica se una crisis alimentaria, como está ocurriendo en otras partes del mundo. **(VER CUADRO 1)**

Hay diferentes versiones sobre la comparación de las cifras de esta propuesta sobre la PAC con el actual periodo. Según la Comisión Europea, la propuesta de presupuesto de la PAC aumenta un 2% con respecto al periodo actual 2014-2020 si tomamos la referencia del periodo actual como el

presupuesto PAC 2020 sin el Reino Unido y multiplicándolo por siete. Es otra forma de comparación, pero si se toman los cálculos que las instituciones realizaron en las anteriores propuestas, la propuesta del presupuesto es más baja con respecto al periodo actual.

A la financiación de la PAC se unen otras partidas presupuestarias al margen de esta política, pero que también se podrían dedicar a la Agricultura. En primer lugar, se aumenta la dotación a 30.000 millones de euros para el fondo de transición justa, de los que a España le podrían conceder 1.800 millones de euros. Este fondo se debe dedicar a invertir en las regiones con gran dependencia de la energía fósil para que hagan una transición hacia energías más sostenibles. Además, se consolida la partida de 10.000 millones de euros para Innovación en el programa Horizon 2020, programa que está teniendo cada vez más importancia para el sector agroalimentario y, en concreto, la

CUADRO 1: Comparación del presupuesto PAC del actual periodo, con respecto a la propuesta Comisión del 2 de mayo 2018 y propuesta Comisión 27 de mayo 2020. En millones de euros a precios del 2018

	PAC 2014-2020 (sin Reino Unido)	Propuesta COM 2 mayo 2018	Propuesta 27 mayo 2020 y comparación con PAC actual 2014-2020.
1er Pilar (EAGF)	286.143	254.247	258.251, 27.892 millones menos que la PAC actual, -9,7%
2ºPilar (EAFRD)	96.721	70.031	90.013 (incluyendo 15.000 millones del Plan Recuperación UE), 6.708 millones menos que la actual PAC, -6,9%
Total	382.864	324.278	348.264, 34.600 millones menos con respecto PAC actual, un -9%. 333.264 SIN los 15.000 millones del Plan Recuperación



▲ Janusz Wojciechowski and Virginijus Sinkevičius, comisarios de Agricultura y Pesca

bioeconomía, y se propone conceder 10.000 millones de euros en el marco del Plan Invest EU para aplicar la estrategia de Biodiversidad que tanto le afecta al sector agrario.

Aspectos positivos y negativos de la propuesta

En esta propuesta hay aspectos muy positivos para la UE en general, pero también para la agricultura en particular. En primer lugar, se trata de un plan de recuperación ambicioso que por primera vez se propone captar deuda en común de los Estados. La recuperación de la economía europea beneficiará también al sector agrario y este Plan es clave para ello.

En segundo lugar, España es gran beneficiada de este Plan de recuperación con 144.000 millones de euros, mucho dinero que no se contaba (habrá que ver cómo queda el acuerdo final).

En tercer lugar, la Agricultura es elegible en este Plan de Recuperación Económica (con importantes partidas para desarrollo rural, Invest EU, Horizon 2020...) y esto es un éxito de todas las organizaciones agrarias que hemos trabajado para hacer valer el papel estratégico de la agricultura.

En el marco actual donde la crisis económica afecta de forma frontal a algunos sectores económicos importantes como el automóvil, aerolíneas, turismo etc. no todas las voces alegaban que la agricultura debía ser elegible en este Plan, ya que este sector ha podido trabajar en todo el periodo de confinamiento. Finalmente, sí es elegible y nos debemos felicitar por ello.

Sin embargo, hay ciertas cuestiones que se podría mejorar. En concreto la mayoría de los Estados y el Parlamento Europeo siempre han pedido que la futura PAC tenga como mínimo el presupuesto del periodo actual, cosa que no se cumple.

Por otro lado, en el marco de esta crisis se ha visto que el presupuesto PAC no estaba preparado para afrontar una crisis de esta envergadura. Consecuencia de ello ha sido el insuficiente montante de ayudas para medidas europeas desplegadas, unos insuficientes 88,5 millones de euros. Por ello es necesario reforzar el presupuesto de los mecanismos de gestión de mercado en el primer pilar para poder hacer frente a las próximas crisis que llegarán.

Por último (y crucial para las cooperativas), hay que trabajar para que los planes de inversión fuera de la PAC como Invest EU, React-EU se concreten para que las cooperativas como empresas propiedad de los agricultores, claves en las zonas rurales generando empleo, puedan acceder a dichos planes de manera concreta y ágil. Estos planes y medidas de inversión ayudarán a las cooperativas a adaptarse mejor en materia de digitalización, sostenibilidad, adaptación a la demanda, etc.

Ahora esta propuesta de la Comisión Europea debe aprobarse por los Jefes de Estado y de Gobierno en lo que queda de 2020, donde varios países han mostrado ya sus reticencias por el montante que supone y porque el presupuesto del mismo se concede vía subvenciones y no préstamos. Esperamos que el Consejo esté a la altura del reto y llegue a un acuerdo lo antes posible y que esté al nivel, como mínimo, de la propuesta de la Comisión Europea. ■

Over the Rainbow, el vino solidario que quiere ayudar

La iniciativa 100% solidaria de Grandes Vinos, que recaudará 265.600€ para donarlos a #YoMeCorono y Médicos del Mundo, en la lucha contra la Covid-19. La bodega ya ha realizado una primera donación de 50.000€ a las asociaciones e invita a los Winelovers a sumarse adquiriendo los vinos del proyecto. Pedro Ballesteros, primer Master of Wine español, periodistas como Carlos Herrera, Pepe Ribagorda, estrellas de nuestro cine como Santiago Segura o Antonio Resines, y la chef Carme Ruscalleda ya se han sumado a la ola solidaria con su #BrindisRainbow.



Elegir un vino puede ser una decisión impulsiva. La bodega Grandes Vinos, una de las líderes de la D.O.P. Cariñena, quiere canalizar ese impulso y recaudar dinero contra la Covid-19, una enfermedad que les ha tocado muy de cerca a las 700 familias que forman parte de la bodega. Por ese motivo, decidieron crear este proyecto solidario, del que forman parte su nuevo rosado, Over the Rainbow Garnacha Rosado (6€) -Edición Especial de Monasterio de las Viñas- y sus vinos premium Anayón (200€ el pack de 3 botellas) y donar el 100% de su recaudación, 265.600€, íntegramente a #YoMeCorono y Médicos del Mundo.

La bodega aragonesa ya ha hecho efectivo un primer ingreso de 50.000€ y anima a que todos los amantes del vino colaboren adquiriendo cualquiera de los vinos del proyecto (solo en la web de Grandesvinos.com y en la de su partner, Wine is Social.com).

Susana Atienza, directora de Marketing y Captación de Fondos de Médicos del Mundo, agradece públicamente

la primera ayuda recibida: “Las necesidades son enormes. Estos 25.000€ ya los hemos destinado a ayudar a uno de los colectivos más vulnerables en esta pandemia las personas mayores, sobre todo si se encuentran en situación de exclusión social o sin recursos económicos”.

Y es que cada euro que se aporte cuenta. Así lo han entendido muchos los rostros conocidos, entre ellos actores como Santiago Segura y Antonio Resines y el cómico Carlos Latre, que han dejado claro su apoyo a la iniciativa con un #BrindisRainbow en redes. También lo han hecho periodistas y comunicadores como Nieves Herrero, Mariló Montero, Marta Robles, Carlos Herrera y José Ramón de la Morena, entre otros. Se adhieren también los chefs Carme Ruscalleda y Jesús Sánchez, así como Raúl Igual, mejor sumiller de España en 2010 y Pedro Ballesteros, primer Master of Wine español y una de las voces más prestigiosas del sector.



Sobre GRANDES VINOS

Fundada en 1997 por la unión de cinco cooperativas cincuentenarias, con más de 700 familias de viticultores, Grandes Vinos es la única bodega de la Denominación cuyos viñedos se extienden por los 14 municipios de la comarca, una de las bodegas líderes de Aragón. Sus marcas principales son Anayón, Corona de Aragón, Monasterio de la Viñas, Beso de Vino y El Circo.

De sus tres vinos más exclusivos, ANAYÓN CARIÑENA TERRACOTA, ANAYÓN PARCELA 15 y ANAYÓN PARCELA 81, elabora producciones muy cortas; entre las 1.800 y las 3.200 botellas. Los dos primeros acaban de ser galardonados con el Bacchus Oro y el Gran Bacchus Oro del Concurso Internacional que organiza la Unión Española de Catadores.

La Cooperativa de Riudecanyes, ganadora en los Premios Alimentos de España a los Mejores Aceites de Oliva Virgen Extra 2019-2020

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha concedido el “Premio Alimentos de España Mejores Aceites de Oliva Virgen Extra, campaña 2019-2020”. Estos galardones son para revalorizar los aceites de oliva virgen extra españoles, estimular a los productores y favorecer entre los consumidores el conocimiento de este alimento. La Cooperativa de Riudecanyes ha resultado ganadora en la categoría de Frutado Maduro, mientras que Coselva y la Cooperativa Andaluza San Vicente de Mogón han sido finalistas.

En la categoría de “Frutado Maduro”, el Premio Alimentos de España a los Mejores Aceites de Oliva Virgen Extra ha recaído en el aceite de Agrícola i Caixa Agraria i Seccio Credit de Riudecanyes, de Riudecanyes (Tarragona). Es un aceite frutado intenso de aceitunas con notas maduras de almendra, manzana y plátano. Se perciben también apuntes de canela y frutos secos. Es muy dulce en boca, almendrado y ligeramente amargo y picante. El conjunto resulta armonioso y equilibrado.

Le acompañan como finalista en esta misma categoría la cooperativa Agrícola i Caixa Agraria i Seccio Credit de La Selva del Camp-COSELVA, de La Selva del Camp (Tarragona).



En la modalidad de “Frutado Verde Amargo” ha resultado finalista la Sociedad Cooperativa Andaluza San Vicente, de Mogón (Jaén).

Un total de 55 muestras han participado en el concurso. Estos premios forman parte de las acciones promocionales de #AlimentosdEspaña. Tienen como finalidad poner en valor la excelencia de los aceites de oliva españoles y promocionar entre los consumidores el conocimiento y valoración de este alimento.

Campoenguera comercializa La Campiñera, una gama de mieles cosechadas por socias de la cooperativa



La cooperativa Campoenguera ha comenzado a comercializar La Campiñera, una gama de mieles cosechadas por un grupo de socias de la cooperativa. La Campiñera se presenta como “un reconocimiento a las mujeres, que con su esfuerzo y saber hacer, han contribuido desde nuestros inicios en 1925 a conseguir productos de gran calidad”. Esta apuesta por La Campiñera refuerza el compromiso de Campoenguera por visibilizar y potenciar el papel de la mujer en la cooperativa, desde la base social a los órganos de gestión y decisión de la cooperativa.

Las mieles de La Campiñera, 100% de abeja, están disponibles en cuatro variedades: azahar, tomillo, milflores y romero. Se presentan en bote de cristal con dos tamaños, 250 gr. y 900 gr., y una imagen renovada. Esta imagen representa a una mujer recolectando miel de manera tradicional y se combina con diseños de texturas de mosaico hidráulico clásico para que el consumidor identifique fácilmente los sabores disponibles.

El Progreso dona 5.000 botellas de ‘Viña Xétar Por Ellas’ a varias organizaciones benéficas

La Cooperativa Agrícola “El Progreso” de Villarrubia de los Ojos (Ciudad Real) ha donado 5.000 botellas de su espumoso sin alcohol “Viña Xétar Por Ellas”, a las asociaciones colaboradoras con este proyecto solidario durante este año y medio de vida. Las organizaciones beneficiarias son la Asociación Santa Agüeda (Puertollano), Tu pelo contra el Cáncer (Toledo) y Asociación Manos y Voces (Carranque, Toledo), entre otras, de forma que con estas botellas puedan recaudar fondos y destinarlos a las diversas causas solidarias y benéficas que persiguen.

“Desde que creamos Viña Xétar Por Ellas, los beneficios de la venta de cada botella han ido íntegramente destinados a la investigación contra el cáncer a través de GEICAM, el grupo líder en España en la investigación del cáncer de mama con un reconocido prestigio a nivel internacional. Con el parón del Estado de Alarma, se detuvo la venta de este producto solidario”, comenta Jesús Julián Casanova, presidente de El Progreso.

Y añade Casanova, “como sabemos que, durante la emergencia sanitaria, las asociaciones que colaboran con nosotros también lo han pasado mal, y además tenemos un stock de este alimento saludable con fecha de caducidad, pues queremos realizar esta importante donación a las asociaciones mencionadas, para que ellas puedan vender esas 5.000 botellas, en sus diferentes actividades, y la recaudación destinarla a los fines que estimen”, explica el



presidente de la Cooperativa El Progreso, recordando el espíritu solidario de este producto sin alcohol, cuyo padrino fue el cantante “El Arrebato”, Javier Labandón, quien cedió el estribillo de su canción “Ha llegado el momento” para la promoción del mismo.

Llega Freshlybox, el novedoso concepto de regalo saludable creado por Cooperativa La Palma

La nueva tienda online de vegetales orientada a fomentar un estilo de vida saludable y sostenible.

Cooperativa La Palma ha lanzado Freshlybox, una nueva marca e-commerce cuyo propósito es impulsar la alimentación más natural y saludable: www.tienda.granadalapalma.com



Su mensaje “Regala salud” nos invita a regalar un producto sabroso y saludable. Freshlybox nos presenta una cuidada

gama de vegetales de temporada sobre la base de la calidad, el sabor y el respeto. De su marca La Parcela, sabrosos cherrys de diferente color y forma; originales mini-vegetales como pepinos snack o divertidos minipimientos; o exquisitas frutas tropicales entre otras. Además especialidades deliciosas premiadas con diversos reconocimientos en el mundo de la agroalimentación, como lo son tomate Adora o Amela.



CAPSA FOOD, ganadora en la categoría Empresa en los Premios Europeos de la Prevención de Residuos 2019

CAPSA FOOD ha sido galardonada en los Premios Europeos de la Prevención de Residuos en la categoría de Empresas gracias al proyecto 'Actúa diferente. RE-Think', que promueve un nuevo modo de hacer las cosas en materia de prevención de residuos y economía circular.

Esta labor ha implicado cambios profundos en la práctica totalidad de la cadena de valor de la empresa, involucrando no solo a los empleados de la compañía láctea, sino también, proveedores, clientes y consumidores.

Primera empresa láctea en España en recibir la certificación 'Residuo Cero'

CAPSA FOOD, continúa avanzando en su Plan de Sostenibilidad Integral (económica, social y ambiental) reforzando en este caso su compromiso con el medio ambiente para reducir los residuos de sus fábricas y transformar los que no se pueden evitar en productos de valor añadido. Las acciones puestas en marcha por la compañía le han permitido lograr el certificado AENOR Residuo Cero, convirtiéndose en la primera empresa láctea de España en recibir el reconocimiento.

Este certificado se concede a aquellas organizaciones que valorizan más del 90% de los residuos que generan, evitando así que su destino sea el vertedero, a la vez que contribuyen a impulsar la economía circular transformando los residuos en nuevas materias primas que se reintroducen en la cadena de valor.

La empresa láctea ha convertido la Economía Circular en un pilar fundamental dentro de su Plan de Sostenibilidad Integral, implementando a lo largo de los años diferentes mejoras que han permitido alcanzar el objetivo de ser Residuo Cero en todas las fábricas de CAPSA FOOD.



Con la optimización de su proceso productivo en los últimos cuatro años, CAPSA FOOD ha logrado disminuir las mermas y el desperdicio alimentario. La cantidad total de los residuos generados se ha reducido en un 30%, lo que supone 4,6 millones de kilos de residuos evitados. Además, más del 90% de sus residuos se han conseguido valorizar un 95%, dándoles una segunda vida y transformándolos en fertilizantes, gas de origen renovable y nuevos materiales para otros procesos.

Pero el objetivo de CAPSA FOOD es avanzar hacia un mañana más sostenible, desarrollando proyectos innovadores para que los residuos de sus ganaderías y fábricas se conviertan en recursos de gran valor añadido. El mejor ejemplo es BIOGASTUR, que transforma sus purines y residuos orgánicos de sus fábricas en biofertilizantes y energías renovables o la incorporación al accionariado en 2019 de ENTOMO AGROINDUSTRIAL, para transformar los residuos orgánicos en productos de alto valor (proteínas, quitosano, grasas y fertilizantes).

Las Cooperativas de L'Alcudia (CANSO) y Alzira (Alzicoop) firman un acuerdo de intercooperación



Los presidentes de la Cooperativa Agrícola Nuestra Señora del Oreto de L'Alcúdia (CANSO), Cirilo Arnandis, y la Cooperativa Hortofrutícola de Alzira (ALZICOOP), Francisco Clarí, firmaron el pasado 12 de junio, un acuerdo intercooperativo, en virtud del cual trabajarán conjuntamente en la comercialización de cítricos y kaki.

En virtud del acuerdo, CANSO confeccionará y comercializará la producción de cítricos de ALZICOOP. De igual forma, la producción de kakis de la cooperativa alcireña se comercializará juntamente con parte de la producción de CANSO.

La firma del acuerdo entre estas dos cooperativas, que superan ampliamente los 100 años de historia cada una, supone además la inversión de más de 2.100.000 euros, para modernizar las instalaciones de ALZICOOP con nueva maquinaria que permita desarrollar las labores de procesamiento de una producción de kakis de 12.000 toneladas por campaña.

Udapa siembra patata Beltza en sus campos, una nueva variedad creada por Neiker

UDAPA y Neiker han firmado un acuerdo por el que el centro de investigación transfiere 600kg de patata semilla de la nueva variedad 'Beltza'. Esta patata, de color púrpura, posee un elevado contenido en compuestos antioxidantes beneficiosos para la salud.



La cosecha obtenida, estimada en 8.000 kg, se utilizará para el desarrollo del estudio de aceptación comercial en el que Udapa comercializará la patata 'Beltza' a través de sus clientes pertenecientes al sector de la gran distribución. Los resultados de esta prueba piloto servirán a la cooperativa alavesa para valorar la producción y comercialización de la variedad 'Beltza' en el futuro.

Esta variedad posee un elevado contenido en compuestos antioxidantes, lo que proporciona beneficios para la salud. Asimismo, tiene gran calidad para su utilización en restauración por sus peculiaridades de la coloración de pulpa así como para su uso en IV gama alimentaria (envasada al vacío) y V gama alimentaria (producto listo para comer).



URCACYL y sus cooperativas donan a Cáritas más de 14.000 Kilos de alimentos



Con esta campaña solidaria de la Unión de Cooperativas Agrarias de Castilla y León, Urcacyl, en la que se han recaudado 15.033 euros, materializados en más de 14.000 kilos de alimentos, se pretende contribuir a paliar, aunque sea de una forma testimonial, las serias dificultades económicas por las que están atravesando muchos hogares y familias, que carecen de alimentos o tienen serias dificultades para su adquisición, y más tras la pandemia del Coronavirus.

Aunque son muchas las cooperativas que con cierta periodicidad colaboran con diferentes instituciones benéficas y así lo han hecho a lo largo de la pandemia del Covid-19, bastantes de ellas quisieron también sumarse a esta iniciativa de Urcacyl, poniendo su granito de arena en la ayuda a los más vulnerables: donando directamente alimentos o dinero para su compra.

Entre las cooperativas que donaron alimentos se encuentran: Asovinos, con 600 kilos de falda de lechazo congelada; Consorcio Promoción del Ovino con 300 kilos de queso añejo de oveja; Acor, con 1.200 kilos de azúcar; El Carmen de Montorio con 1.500 kilos de patatas; Cofrubí, con 830 kilos de pera conferencia; Reina Kilama con 72 tarros de miel; Agropal con 350 kilos de legumbres y 500 cuñas de queso, y LAR, con 500 litros de leche.

El dinero recaudado con el que también se ha comprado alimentos para entregar a Cáritas procede de donativos de la propia Urcacyl, de sus trabajadores y de las Cooperativas: Alta Moraña. Los Casales. Serviagro. Torremorón. N^a. Sra. de la Antigua. Copiso. Horcaol. Vega-Esla. Covitoro. Tierra de Arévalo. Car. Padre Flórez. Cortecam. Dehesa Grande. Lacto Unión. Cobadu. Cocope. Virgen de la Asunción. Pecogasa. N^a. Sra. De los Reyes. Pecuaria Tierra de Campos. San Antonio Abad. Cogala y San Andrés.

El mercado japonés reconoce la calidad de los vírgenes extras de Oleoestepa



El jurado del Concurso Internacional Olive Japan 2020 ha reconocido la calidad de los tres aceites presentados por Oleoestepa. Las dos referencias de la línea gourmet, Estepa Virgen y Egipcio, han obtenido Medalla de Oro, mientras que el aceite de oliva virgen extra Oleoestepa Ecológico ha recibido una meritoria Medalla de Plata.

Olive Japan es la más importante competición del mercado asiático, dándose una participación de más de 600 aceites de oliva virgen extra en esta octava edición.

Con estos premios son 7 los años consecutivos en los que estas referencias han visto reconocida su alta calidad por la Asociación de Sommelier de Aceite de Oliva de Japón, responsable de la organización de este concurso internacional de calidad. Se trata de un mercado el asiático muy relevante en la actividad exportadora, destacando la presencia de los aceites de Oleoestepa en mercados como el japonés, coreano y chino.

El AOVE Montevilla Chorreao, de la cooperativa San Francisco de Asís, reconocido como el más saludable del mundo

El aceite de oliva virgen extra (AOVE) Montevilla Chorreao de la cooperativa San Francisco de Asís (Montefrío, Granada), asociada a **Cooperativas Agro-alimentarias** de Granada, ha sido reconocido como el AOVE más saludable del mundo por su composición en oleocanthal en el concurso The World Best Healthy EVOO 2019-2020 que premia a los aceites más saludables del mundo.



El exquisito Montevilla Chorreao de la cooperativa montefrieña se alzó con el primer premio en la categoría "Contenido en Oleocanthal", responsable del sabor ligeramente picante de este AOVE, con beneficiosas propiedades antiinflamatorias y antioxidantes altamente recomendadas para la salud. Este AOVE granadino tan especial y elogiado por su potente sabor, superó en el ranking a otros aceites originarios de España, Grecia y Portugal. En la categoría general del "Mejor Aceite Saludable del Mundo", el AOVE Montevilla Chorreao consiguió una relevante octava posición.

C.A.V.E. San José apuesta por el medio ambiente con la construcción de una planta de tratamiento de aguas y paneles solares

Con una inversión de 500.000 euros, permitirá tratar y descontaminar las aguas residuales de su actividad industrial

La Cooperativa Agrícola Vinícola Extremeña (C.A.V.E.) San José ha puesto en marcha en sus instalaciones en Villafranca de los Barros (Badajoz) una estación depuradora de aguas residuales (EDAR), además de instalar paneles solares de casi 100 kw para autoconsumo, con una inversión de 500.000 euros y dentro de la apuesta que están realizando las bodegas y almazaras cooperativas por el cuidado del medio ambiente.

La EDAR de C.A.V.E. San José recoge las aguas de esta industria para depurarlas reduciendo la contaminación mediante ciertos tratamientos y procesos para devolverlas

después, con todos los parámetros exigidos, al colector municipal. No obstante, la cooperativa estudia solicitar permiso a la Confederación Hidrográfica del Guadiana para que esa agua se reutilice en riego u otros empleos agrícolas en explotaciones de sus agricultores socios.



A close-up photograph of a hand with dark nail polish holding a stalk of wheat. The background is a vast field of wheat under a warm, golden sunset sky. A red fabric is visible in the upper left corner.

¿Valoramos correctamente lo que tenemos?

Preguntamos a tres mujeres cooperativistas sobre la pandemia COVID-19, cómo la han vivido personalmente, cómo la han gestionado desde sus propias cooperativas y si de alguna manera podemos sacar algo provechoso y pedagógico de la tremenda situación, sin precedentes, que hemos vivido en los últimos meses. Interesantes respuestas de Lourdes Falcó, Cristina González e Isabel Vicens, que nos hacen reflexionar sobre la adaptación a los cambios y a la presión, los retos y las oportunidades o el liderazgo, en clave de mujer.



Lourdes Falcó,

presidenta de la Cooperativa Agrícola San Isidro de la Vall d'Uixó (Castellón)

“Me ayuda mucho rodearme de gente participativa, valoro el trabajo en equipo y es importante escuchar a personas con distintas opiniones”

¿Cómo ha vivido la situación de la crisis provocada por la pandemia?, ¿cómo ha sido adaptarse a la responsabilidad de seguir produciendo y llevando la explotación, día a día, en esas circunstancias tan extremas?

La situación provocada por la pandemia COVID-19, la he vivido como un momento muy complicado y de mucha preocupación; todo ello debido a la incertidumbre existente en todo el mundo y los efectos que iba produciendo a nivel mundial. Con la llegada del confinamiento de manera tan inminente, tuvimos que adaptarnos de forma muy rápida a las necesidades del momento. Los diferentes apartados de nuestra Cooperativa eran de servicios esenciales, y por tanto, teníamos que estar abiertos para poder atender. Recuerdo que, en las primeras horas, mi máxima preocupación era que los empleados y sus familias estuvieran bien; conocer si había alguna persona con problemas de salud y alguna embarazada para ofrecer todo tipo de facilidades.

Solucionado esto, el siguiente paso era adaptar la gestión diaria de los trabajos del campo a las necesidades sanitarias que exigía la situación de alarma: asignación de las tareas, traslados a campo, dimensión de las cuadrillas de trabajo, distribución de operarios, recepción de partes, etc., y siempre con la idea de salvaguardar la salud de nuestros trabajadores y, al mismo tiempo, seguir con el cultivo normal de las parcelas que gestionamos.

También hemos puesto en práctica la conciliación familiar, el teletrabajo, los turnos para no coincidir en la misma franja horaria empleados que se dediquen a la misma función, se han proporcionado EPIS, se han hecho pruebas para la detección del virus y un largo etcétera.

La verdad es que se ha intentado actuar, humanamente, lo mejor posible tanto para nuestros socios y clientes como para nuestros empleados. A día de hoy, pienso que todo el esfuerzo que se ha realizado en la “Cooperativa Agrícola San Isidro de La Vall d'Uixó” es positivo.

¿Qué conclusiones cree que podemos sacar de esta tragedia que ha afectado desde el ámbito humano hasta el económico, social, político...?, ¿aprenderemos algo?

La llegada del Coronavirus, en la intensidad que lo ha hecho, nos ha llevado a una situación excepcional a nivel mundial y ha provocado muchos cambios en todos los ámbitos originando en ocasiones, situaciones muy graves. Conscientes de esto, pienso que nos ha llevado a reflexionar a toda la sociedad en mayor o menor grado.



A partir de aquí, nos cuestionamos: ¿es normal el ritmo tan acelerado con el que vivimos día a día?, ¿tenemos en cuenta los pequeños detalles existentes en nuestras vidas?, ¿valoramos correctamente lo que tenemos?

Así por ejemplo, ahora apreciamos más la importancia que tiene el abrazo físico, así como el acercamiento social y humano. Otro pequeño detalle que valoro mucho más es la sonrisa. Ahora ésta queda oculta tras la mascarilla y solamente la podemos intuir en el gesto de los ojos.

Otro aspecto, es que ha crecido de forma impactante el uso de la tecnología e internet. Así, entre otras, el teletrabajo y las videoconferencias se han convertido en herramientas de trabajo imprescindibles en casa durante el confinamiento, en casi todos los sectores. En el tema financiero han sido de gran utilidad los pagos electrónicos.

Siguiendo mi reflexión, quiero destacar de manera notoria la respuesta que ha ofrecido el sector cooperativo agroalimentario en su conjunto, garantizando el suministro a la población de alimentos sanos, seguros y de calidad, así como el acceso a servicios esenciales (tiendas, supermercados, servicios financieros...), especialmente en el medio rural. Una respuesta que ha tenido el reconocimiento generalizado de la

sociedad y que debería suponer también un compromiso de nuestros representantes políticos para abordar los problemas estructurales y la recuperación económica.

Según recogió la prensa nacional e internacional, países como Islandia, Taiwán, Noruega, Alemania, Dinamarca o Nueva Zelanda han destacado favorablemente por su gestión de la crisis sanitaria del COVID-19, con medidas más rápidas y eficaces para controlar la pandemia. Todos estos países tienen en común que están liderados por mujeres. En esta línea, se nos ocurre la siguiente reflexión... ¿más mujeres en los puestos de gobernanza y responsabilidad de las cooperativas agroalimentarias influiría en la toma de decisiones de otra manera?

Todo el mundo ha podido observar los buenos resultados obtenidos por la aplicación de medidas rápidas y eficaces para controlar la pandemia en los países liderados por mujeres.

Con la intención de contestar esta pregunta, lo hago bajo dos puntos de vista, el primero como mujer y, el segundo,

por el cargo que ocupó. Así, explicaré mi experiencia en estos años, y además, añadiré alguno de los aspectos que he puesto en práctica y me han funcionado.

Soy partidaria de realizar un análisis DAFO como herramienta que nos permita conocer a fondo los entornos internos y externos de las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades de la Cooperativa.

También quiero destacar dos aspectos que considero muy importantes como es generar confianza y proximidad en los distintos entornos, y mirar y actuar siempre por el bien de toda la Entidad.

Me ayuda mucho rodearme de gente participativa; valoro el trabajo en equipo y es importante escuchar a personas con distintas opiniones. Me gusta que las decisiones se tomen democráticamente. Estoy segura de que todo esto siempre enriquece y me hace crecer como persona. ■



Cristina González,
responsable de la Quesería y del Grupo de Leche
de la cooperativa Agrovaldés (Asturias)

“Tenemos que estar orgullosos/as de nuestro papel durante esta pandemia y hacer valer nuestros valores para el futuro”

¿Cómo ha vivido la situación de la crisis provocada por la pandemia?, ¿cómo ha sido adaptarse a la responsabilidad de seguir produciendo y llevando la explotación, día a día, en esas circunstancias tan extremas?

Soy socia de una cooperativa asturiana que, entre otras tareas, elabora quesos artesanos con la leche de las explotaciones de sus socios y socias y esa es una de mis funciones principales, la de elaboradora de los quesos que comercializamos bajo la marca “Rebollín”. Por tanto, mi experiencia durante la crisis provocada por el COVID-19 ha pasado por distintas fases: la incertidumbre por el desarrollo de la pandemia y los posibles contagios en las explotaciones ganaderas, en la cooperativa, en la quesería, entre nuestros clientes/as y, sobre todo, entre nuestras familias; los problemas provocados por los excedentes de queso al cerrar nuestros clientes del canal HORECA -algunos de ellos con fechas de caducidad cortas- y, por tanto, la necesidad de buscar salidas como,

por ejemplo, la puesta en funcionamiento de nuestra web en plena pandemia www.rebollin.es, la reorganización de los turnos de trabajo, etc.. y, ahora, la adaptación a la nueva normalidad. Por todo ello, y a título personal, han sido y están siendo momentos de adaptación constante y todo un reto.

¿Qué conclusiones cree que podemos sacar de esta tragedia que ha afectado desde el ámbito humano hasta el económico, social, político...?, ¿aprenderemos algo?

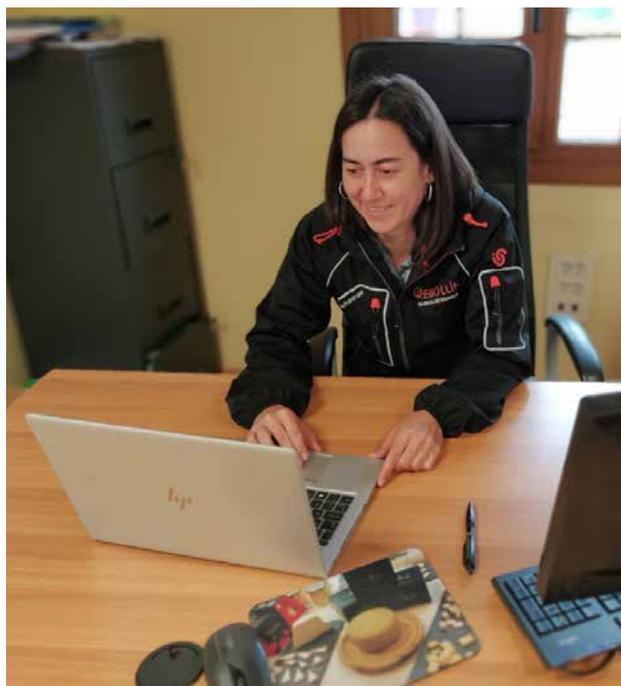
Entiendo que la enseñanza más importante, además de todo lo relacionado con la sanidad, es la importancia que tiene el Medio Rural y las personas que trabajamos en él para garantizar el abastecimiento de alimentos y que estos son sanos, seguros y sostenibles. En definitiva, puso de manifiesto que somos un sector esencial y ahora esperamos que los consumidores sepan valorarlo y entre todos, devolvamos al sector agroalimentario al lugar que se merece. Tenemos que estar orgullosos/as de nuestro



papel durante esta pandemia y hacer valer nuestros valores para el futuro.

Según recogió la prensa nacional e internacional, países como Islandia, Taiwán, Noruega, Alemania, Dinamarca o Nueva Zelanda han destacado favorablemente por su gestión de la crisis sanitaria del COVID-19, con medidas más rápidas y eficaces para controlar la pandemia. Todos estos países tienen en común que están liderados por mujeres. En esta línea, se nos ocurre la siguiente reflexión... ¿más mujeres en los puestos de gobernanza y responsabilidad de las cooperativas agroalimentarias influiría en la toma de decisiones de otra manera?

Claro que sí, estoy totalmente de acuerdo, y más cuando acabo de participar en representación de mi cooperativa, a través de Cooperativas Agroalimentarias de España y AMCAE a propuesta de **Cooperativas Agro-alimentarias** del Principado de Asturias, en la I Edición del Proyecto PROGRESA de la CEOE, becada por el Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades en el marco de la iniciativa “Más Mujeres, Mejores Empresas”. ■



Isabel Vicens,
presidenta de Agromallorca (Balears)

“Debemos aprender que nada se debe dar por hecho y que individualmente nadie va a conseguir nada”

¿Cómo ha vivido la situación de la crisis provocada por la pandemia?, ¿cómo ha sido adaptarse a la responsabilidad de seguir produciendo y llevando la explotación, día a día, en esas circunstancias tan extremas?

Desde mi situación personal como mujer agricultora y presidenta ejecutiva de AGROMALLORCA SAT, he estado como todos los agricultores de España desde el minuto cero trabajando. Y trabajando más que nunca, primero por mi situación personal ya que tengo un problema en el corazón y llevo marcapasos, por lo que estuve confinada dos meses en casa por ser de riesgo alto de contagio, pero eso no me paró, al revés.

Vi que íbamos a tener un serio problema con todos nuestros productos sembrados previstos para la venta en restauración y hostelería, ya que como todos sabéis en

Mallorca el 90% de la población vive de ello. Teníamos sembrado y en recolección hortalizas que no se iban a consumir y, por otra parte, teníamos a la gente confinada en su hogar.

Nos pusimos en contacto con La Cooperativa de Sóller, que tiene cítricos, y a través del Camp Mallorquí, que es una cooperativa de 2º grado a la cual pertenecemos ambos, ideamos un sistema de elaboración y distribución de cestas de frutas y hortalizas a domicilio. Junto con un colaborador en Marketing, las promocionamos en varias redes sociales y fue un éxito. En el primer fin de semana del confinamiento las expectativas nos sobrepasaron, conseguimos colocar en estos meses gran parte de la producción destinada a hostelería y restauración. Pero para ello hemos trabajado a pleno rendimiento, coordinando a



todos los agricultores para las recogidas, aumentando la contratación de personal para la elaboración de cestas y ampliando plantilla para la distribución. Es decir, le dimos la vuelta a la tortilla. De una desgracia salió una oportunidad, de un problema una solución. Es verdad que ahora se ha reducido enormemente la demanda de estas cestas al volver a la nueva normalidad, pero los objetivos han sido logrados y sobrepasados. Tenemos contacto directo con la gente que de verdad apoya y entiende nuestro trabajo, lo que nos va a permitir fidelizar y crear nuevas líneas de ventas.

Todo esto no hubiese sido posible sin el gran equipo formado en AGROMALLORCA desde hace años, a su trabajo, constancia y esfuerzo, pues la situación del COVIP-19, llevó a todos a situaciones extremas, conjugando hijos con trabajo, familiares enfermos...

¿Qué conclusiones cree que podemos sacar de esta tragedia que ha afectado desde el ámbito humano hasta el económico, social, político...?, ¿aprendemos algo?

Yo personalmente he aprendido que si se trabaja en conjunto, ayudándonos, cooperando, podemos lograr si no lo imposible, sí lo más difícil.

Que la gente del campo somos tremendamente solidarias, lo hemos demostrado cada día y lo seguimos demostrando. Agromallorca en estos meses ha donado verduras frescas y tarros de Tomatiga de Ramallet de Mallorca a diferentes entidades sociales Menjador Tardor, Cruz Roja, Fundación Natxarte, Hospitales... Vienen tiempos muy difíciles para todos, pero nosotros los agricultores estamos acostumbrados a lidiar con los peores escenarios.

Creo que debemos aprender que nada se debe dar por hecho y que individualmente nadie va a conseguir nada.

Y por último, ¿más mujeres en los puestos de gobernanza y responsabilidad de las cooperativas agroalimentarias influiría en la toma de decisiones?

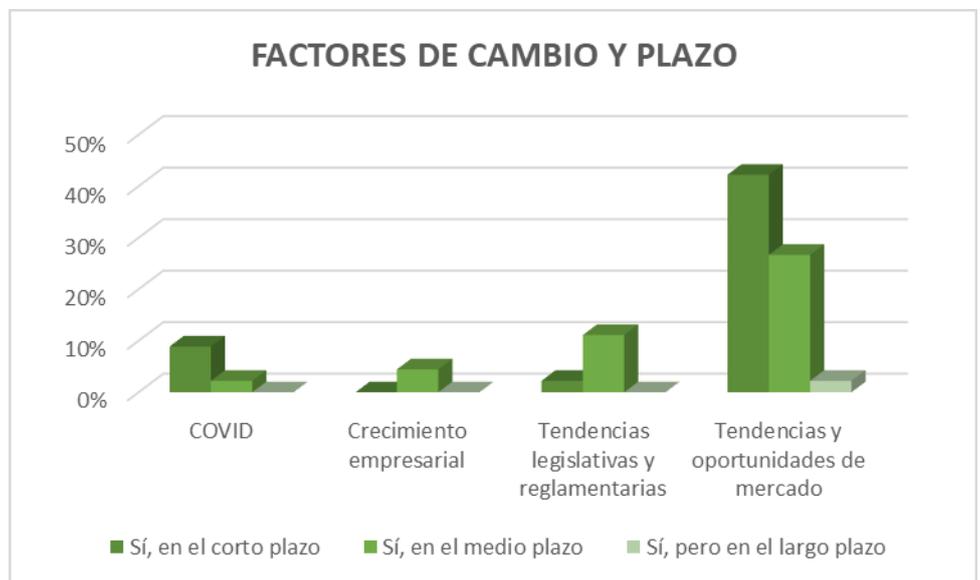
Estoy convencida, y en parte, soy prueba de ello. La toma de decisiones es diferente en mujeres, somos más proactivas, rápidas, productivas y eficaces. No nos interesa el reconocimiento mediático y por ello nos centramos en la resolución de problemas y conflictos, aunque la mayoría de las veces las alabanzas y reconocimientos se los lleven otros.

Pero lo seguimos haciendo por el bien común, cosa que no observo en países y/o organizaciones lideradas por hombres. Creo firmemente que si el papel de la mujer aumenta en la toma de decisiones, tendremos un mundo mucho mejor. ■



Las cooperativas opinan que las tendencias del mercado les obligarán a cambiar o diversificar sus modelos de negocio a corto plazo

Las cooperativas opinan que las tendencias y oportunidades del mercado les obligarán a cambiar o diversificar sus modelos de negocio a corto plazo. Así lo manifestaron prácticamente la mitad de las cooperativas que asistieron al workshop nacional sobre "Nuevos modelos de negocio para las cooperativas agroalimentarias", celebrado virtualmente el pasado 19 de mayo, en el marco del proyecto RUBIZMO, en el que **Cooperativas Agro-alimentarias de España** participa como socio.



El proyecto RUBIZMO -proyecto financiado por la UE a través del programa Horizonte 2020- tiene como objetivo identificar las mejores iniciativas y condiciones para desarrollar el espíritu empresarial rural y modelos de negocio exitosos en sectores como la alimentación y la agricultura, las cadenas de valor biobasadas y los servicios ecosistémicos.

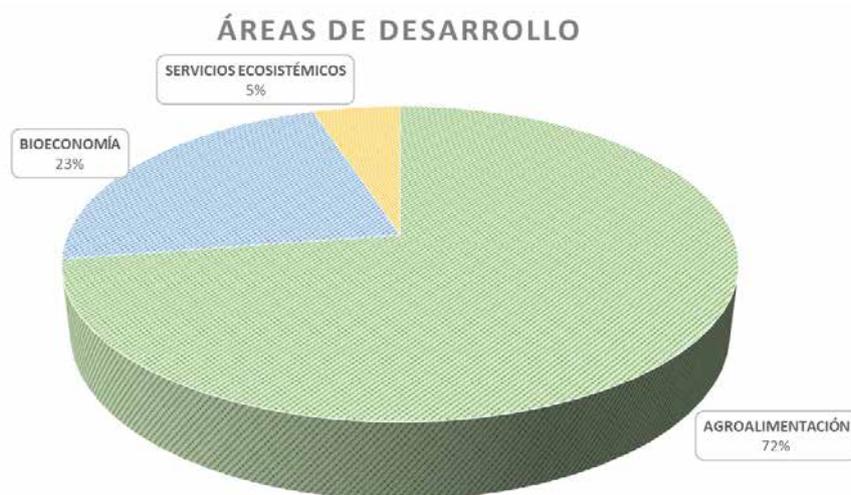
Hablando de modelos de negocio, se aprovechó la oportunidad que nos brindó este encuentro virtual para interpelar a los asistentes acerca de sus inquietudes a este respecto.

Más de la mitad de los participantes en el webinar pertenecían al ámbito del cooperativismo agroalimentario, tanto de sectores agrícolas como ganaderos y, mediante sus respuestas, se han podido obtener interesantes conclusiones.

Es evidente, y más en estos momentos, que debemos estar preparados para el cambio continuo. Tenemos que ser "resilientes", término tan repetido en los últimos tiempos pero que no significa otra cosa que tener capacidad para adaptarse al cambio ante la adversidad. Pues está claro que las cooperativas agroalimentarias lo tienen en mente y opinan que, en el corto plazo, van a estar obligadas a cambiar o diversificar su modelo de negocio por aspectos relacionados con las tendencias y oportunidades del mercado, no hay nada más cambiante que esto. También hay otros aspectos que podrán marcar el cambio, como son las tendencias legislativas o el crecimiento empresarial pero, en este caso, son cuestiones que dejan al medio plazo.



En cuanto a las áreas de desarrollo de estos nuevos modelos de negocio, se plantearon tres líneas que son las marcadas por el proyecto RUBIZMO y que, además, engloban interesantes oportunidades de futuro. De estas tres, la Agroalimentación fue a la que se le otorgó mayor relevancia por parte de los representantes de cooperativas que asistieron al encuentro; seguido en peso de respuestas por la Bioeconomía y los Servicios Ecosistémicos.



Agroalimentación

En el área de la Agroalimentación, la mayoría de asistentes y representantes de cooperativas destacaron los nuevos productos y las tendencias de consumo -en consonancia con la respuesta anterior dirigida al cambio a corto plazo-, como líneas de interés acerca de las cuales les gustaría tener más formación e información para futuros negocios. Por detrás, el comercio electrónico, reacción quizá derivada del confinamiento pautado durante el estado de alarma y la necesidad acaecida por el mismo. Por otra parte, la marca cooperativa también se posicionó como un aspecto de interés para las cooperativas y asistentes. Los nuevos cultivos alimentarios, la digitalización en la explotación y las cadenas cortas se revelaron como temáticas menos atractivas.

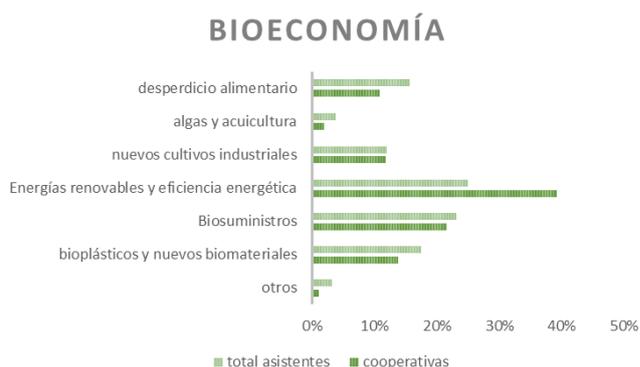


Bioeconomía

En relación con la Bioeconomía, las energías renovables y la eficiencia energética son los aspectos en los que, en mayor medida, a las cooperativas les gustaría profundizar y poder incorporarlos a sus negocios. Siguiendo en importancia -en consonancia con la intención de poner a disposición de sus socios productos respetuosos con el medioambiente-, posicionaron a los biosuministros, entendidos como biopesticidas, compost y biofertilizantes.

Las cooperativas también ven en los bioplásticos y nuevos biomateriales, una oportunidad de futuro negocio, como proveedoras especializadas de materias primas, incluso de nuevos cultivos industriales con destinos tan interesantes como el cosmético o el textil.

Por último y pese a presentar menor relevancia, el desperdicio alimentario también es una de las preocupaciones de las cooperativas, a pesar de que en la dinámica habitual de sus procesos trabajan teniendo como premisa la economía circular, optimizando al máximo el uso de los recursos. Las algas y la acuicultura, no despertaron demasiado interés, quizá por tratarse de un sector sobre el que todavía no se conocen demasiado las posibles sinergias y su potencial.



Servicios Ecosistémicos

Con respecto a los Servicios Ecosistémicos en la dinamización del medio rural, tanto las cooperativas, por su papel vertebrador, como el público general, ven necesario adquirir un mayor protagonismo. No quieren perder de vista a la biodiversidad, como así lo marca la recientemente presentada Estrategia de Biodiversidad enmarcada en el Pacto Verde Europeo que, a partir de ahora, guiará la hoja de ruta para un reverdecimiento de la economía de la UE.

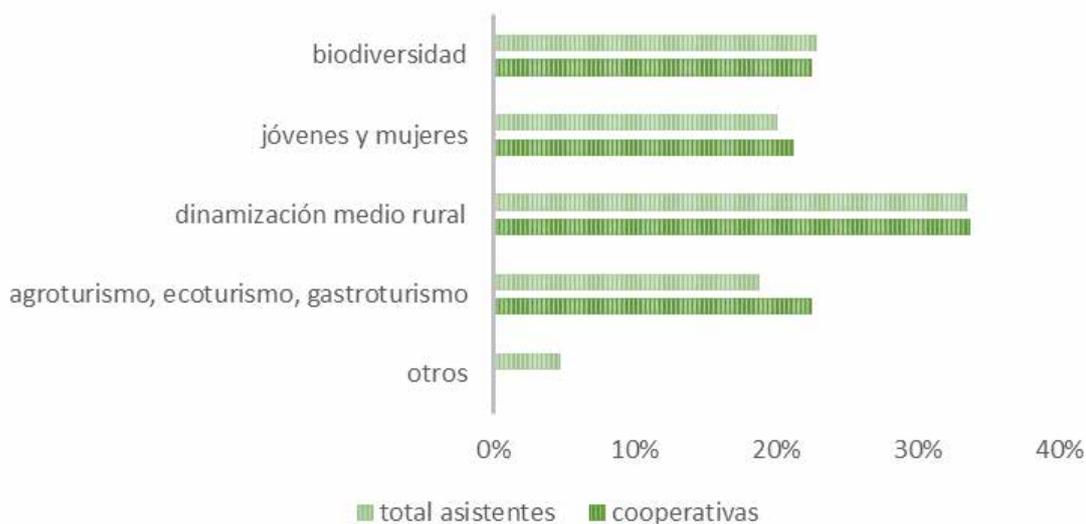
Para esta dinamización, hace falta además que se desarrollen servicios sinérgicos con la actividad rural como el agroturismo, el ecoturismo y el gastroturismo pero, en consonancia, tienen que promover y ensalzar el papel de la mujer y los jóvenes para que puedan ser sólidos y perdurar en el tiempo y con garantías en el territorio.

Determinadas las áreas y líneas específicas con mayor necesidad de formación, se trató de averiguar en qué aspectos

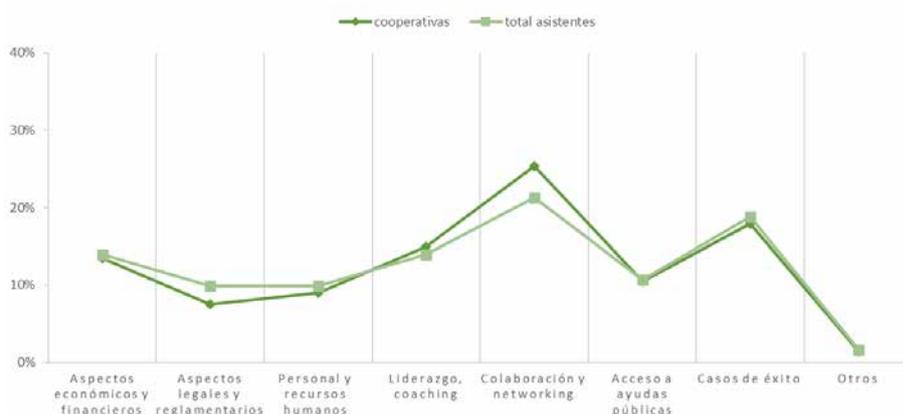
concretos sería preciso incidir. Se puso de manifiesto el convencimiento de las cooperativas, pero también del público general, de que sin colaboración y networking no iba a ser posible este avance hacia nuevos o diversificados modelos de negocio.

Sin duda, la complementariedad de los diferentes agentes que se vean implicados determinará el éxito de los mismos. Para ello, será muy importante adquirir conocimiento a través de la experiencia, casos reales que puedan ser ejemplos para el emprendimiento, como también se puso de manifiesto en otra de las preguntas lanzadas a los asistentes acerca del tipo de formación que preferían. A continuación, se consideró la necesidad de formar líderes que puedan abanderar estos modelos y el conocimiento de aspectos económicos y financieros. Por último, pero también a considerar, se marcaron los aspectos legales, el personal y los recursos y el acceso a ayudas, como elementos clave adicionales sobre los que adquirir formación e información.

SERVICIOS ECOSISTÉMICOS



ASPECTOS FORMACIÓN



Los resultados apuntan a que las cooperativas se encuentran bien encaminadas en sus inquietudes, acordes con las tendencias globales y de actualidad. Así mismo, nos invitan a reflexionar sobre dónde debemos centrar nuestros esfuerzos en el futuro, de manera que seamos capaces de impulsar nuevos modelos de negocio que continúen aumentando el valor de nuestras producciones. ■

DATAGRI 2020 será virtual y reunirá a expertos de todo el mundo en la 1ª Semana de la Digitalización Agroalimentaria

El Comité Organizador del evento de referencia del sur de Europa sobre transformación digital agraria ha tomado esta decisión por responsabilidad y prudencia ante la crisis sanitaria por coronavirus. Del 16 al 20 de noviembre se analizarán en diferentes formatos online las principales tendencias sobre transformación digital en el sector agrario y los casos de éxito que están acelerando este proceso en toda la cadena de valor.

Como antesala, los profesionales del sector podrán disfrutar de varios webinars monotemáticos hasta octubre.

La edición 2020 del Foro para el impulso de la transformación digital en el sector agroalimentario (DATAGRI) será virtual y reunirá a expertos de todo el mundo en la “1ª Semana de la Digitalización Agroalimentaria”, que se desarrollará del 16 al 20 de noviembre en diferentes formatos online. Responsabilidad y prudencia han marcado la decisión del Comité Organizador, ante la crisis sanitaria generada por la pandemia global por coronavirus.

Webinars

Como antesala, los profesionales del sector podrán disfrutar de 4 webinars monotemáticos durante los meses de junio, julio, septiembre y octubre, las denominadas “MasterClass by DATAGRI”:

> El 9 de **julio**, el papel que pueden jugar **las cooperativas como impulsoras de la transformación digital** se analizará en un webinar específico. **Cooperativas Agro-alimentarias de España** expondrá la situación actual y los ejemplos más interesantes de entre sus empresas. Se presentará el ambicioso proyecto 30X5 de UNICA Group en el que se parte de la colaboración y el compartir datos para el establecimiento de indicadores productivos que permitan referencias para una mejora continua. Los jóvenes del sector también hablarán del papel que deben jugar las cooperativas en la transformación digital.

> En **septiembre**, la ETSIAM de la Universidad de Córdoba coordinará un webinar dedicado a “**Innovación y Formación en el sector AgTech**”, dos de los elementos sustanciales para avanzar definitivamente en la transformación digital del sector agrario y agroalimentario. Podremos conocer los casos de éxito de Universidades de primer nivel que han apostado decididamente por dirigir sus esfuerzos hacia la digitalización en este ámbito y por establecer alianzas estratégicas con el sector privado para convertir el conocimiento en innovación. Se contará con la presencia de la Universidad de Wageningen (Holanda), Universidad de Davis (EEUU), Universidad de Sídney (Australia) y la Universidad de Córdoba. La mesa estará moderada por la directora general de Desarrollo Rural, In-



novación y Formación del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Isabel Bombal.

> En el mes de **octubre**, y de la mano de la organización agraria COAG, la atención se situará sobre la configuración de un **Código de Conducta para el intercambio de datos agroalimentarios en España** con el que optimizar los beneficios potenciales de dicho intercambio con arreglo a normas justas y transparentes, así como avanzar en las respuestas a cuestiones sobre la privacidad, la protección de datos, la propiedad intelectual, las relaciones de confianza/poder, el almacenamiento, la conservación, la manejabilidad o la seguridad. En este caso se contará, entre otros, con Daniel Azevedo, especialista del COPA-COGECA en el Código Europeo de Intercambio de Datos, así como con representantes de distintos eslabones de la cadena que expondrán ejemplos prácticos sobre la aplicabilidad de estos sistemas.

El Foro para el impulso de la transformación digital del sector agrario, (DATAGRI) está organizado por la Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG), Cooperativas Agro-alimentarias de España, la compañía tecnológica HISPATEC y la ETSIAM de la Universidad de Córdoba. ■

Cooperativas Agro-alimentarias de España vuelve a destacar en el programa Horizonte 2020

La Comisión Europea aprueba el proyecto COOPID sobre bioeconomía y MEF4CAP sobre integración de datos.



Dos proyectos participados por **Cooperativas Agro-alimentarias de España** han sido seleccionados por la Comisión Europea para formar parte del programa Horizonte 2020. Sin duda una apuesta por la organización de cooperativas que ha impulsado desde 2013 la participación en proyectos y que en esta convocatoria ha competido con universidades, organizaciones, empresas y centros tecnológicos de toda la UE.

Cooperativas Agro-alimentarias de España coordinará el proyecto COOPID con un presupuesto de casi 2 millones de euros. Se trata del segundo proyecto H2020 liderado por nuestra organización, después del proyecto de eficiencia energética SCOOPE, que a su vez continuó la senda del proyecto TESLA, también coordinado dentro del programa Energía Inteligente para Europa.

COOPID, desarrollado en colaboración con Innovarum en España, agrupará experiencias en bioeconomía en las que participarán cooperativas y productores de toda Europa, con el objetivo de compartir las claves de su éxito y replicarlos en otros lugares cuando sea posible. El caso elegido en España es la cooperativa El Tejar por su experta gestión de los residuos del olivar y, países como Francia, Italia, Grecia, Bulgaria, Polonia, Austria, Irlanda, Dinamarca y Finlandia, compartirán casos exitosos.

La Comisión Europea también ha resuelto la financiación del proyecto MEF4CAP, liderado por la Universidad de Wageningen y en el que **Cooperativas Agro-alimentarias de España** presenta dos casos, la bodega cooperativa Cuatro Rayas y la cooperativa de ovino EAGroup, que participarán en una experiencia para integrar de forma armónica la gestión de datos públicos y privados dentro de la cooperativa.

Cooperativas Agro-alimentarias de España impulsa los esfuerzos de las cooperativas europeas en su modernización y en la búsqueda de nuevas oportunidades. Prueba de ello es que, además de estos dos proyectos aprobados, otros tres proyectos en los que participa han pasado a la segunda fase de evaluación y se están preparando las propuestas para su examen definitivo en el tercer trimestre del año.

Actualmente, **Cooperativas Agro-alimentarias de España** ejecuta ya los proyectos H2020, IOF2020, Ship2Fair, Panacea, Magic y Rubizmo. También en el programa PRIMA, una adaptación para el mediterráneo del H2020 con el 4CEMED y en Erasmus+ con el proyecto FIELDS. El objetivo de la organización es seguir apostando por esta participación, ampliando la colaboración con cooperativas innovadoras y sus federaciones regionales. ■

El confinamiento llegó en el peor momento para el sector de la Flor Cortada y la Planta Viva

La crisis sobrevenida por el COVID-19 ha ocasionado un gravísimo impacto sobre el sector de la flor cortada y planta viva española. El parón de la actividad económica y el cierre de los comercios llegó en el peor momento posible: cuando las empresas enfrentaban la temporada de primavera en la que se concentra entre el 50 y 80% de sus ventas, al tener este sector una marcada estacionalidad.

En algunos otros sectores agroalimentarios, las ventas han caído como consecuencia del cierre de HORECA, pero los operadores han podido comercializar una parte de sus productos, han explotado el canal online o han visto aumentar el consumo en hogares.

Pero en el caso del sector de la flor cortada y la planta viva, el efecto ha sido drástico e inmediato: la demanda a nivel nacional e internacional se ha paralizado totalmente, en el peor momento de la campaña. La suspensión de eventos populares y festividades (Semana Santa; Fiestas de Primavera, San José, Fallas...), el cierre del comercio minorista (floristerías, mercadillos, Garden Centers), la paralización de los servicios de jardinería en espacios públicos y privados y la consiguiente cancelación de pedidos a nivel nacional e internacional, ha puesto al sector en una situación insostenible.

Al tratarse de productos muy perecederos, no ha habido opción de almacenar o reorganizar la oferta, sino que todo el producto disponible se ha destruido (salvo el que las empresas han conseguido donar).

Semejante situación ha generado un perjuicio millonario para los socios de las cooperativas, viveros y comercio en origen en España. Las empresas cerrarán ya irremediadamente su ejercicio 2020 con pérdidas enormes que podrían suponer la mitad de su facturación anual.

Escasos o nulos apoyos

Desgraciadamente, el balance de los apoyos recibidos por las distintas administraciones es también muy negativo. Lejos de recibir de la Comisión Europea, las medidas excepcionales y urgentes de rescate que solicitábamos, con un presupuesto específico para compensar las pérdidas y los gastos de retirada y destrucción del producto, lo único que ofreció la UE es una autorización para adoptar instrumentos de “autorregulación” con nuestros propios medios. Por lo demás, la Comisión animó a los Estados miembro a buscar sus propias soluciones, flexibilizando el margen de maniobra para otorgar Ayudas de Estado y negando cualquier financiación comunitaria, más allá de los remanentes de los Programas de Desarrollo Rural (para el Estado que los tenga).

Por parte del MAPA, se atendieron las peticiones de las empresas, relativas a la continuidad de la actividad -como la del resto del sector agrario- destinada a labores de mantenimiento de

viveros y plantaciones o a desplazamiento de trabajadores. Pero en cuanto a instrumentos de apoyo, los ofrecidos por MAPA han tenido muy poca o nula aplicabilidad en este sector. La prestación extraordinaria por cese de actividad para los afectados por declaración del Estado de Alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19, al amparo del artículo 17 del RDL 8/2020, sólo se ofreció a trabajadores a cuenta propia y autónomos, mientras que una buena parte de los socios de nuestras





cooperativas son sociedades y no autónomos. La línea de ayudas avales ICO tampoco se ha adaptado bien a las necesidades del sector.

Las empresas cerrarán ya irremediablemente su ejercicio 2020 con pérdidas enormes que podrían suponer la mitad de su facturación anual

Mientras, en nuestro entorno más próximo, hemos visto cómo diversos Estados miembro han abierto líneas de ayudas estatales para su sector de flor cortada y planta viva: primero fue Holanda, habilitando un fondo de 600 millones€ para compensar a su sector por la caída de facturación en los meses de marzo a mayo; le siguió Grecia anunciando un fondo de 12 millones€ para asignar ayudas directas a sus productores, con el mismo fin; se unió Francia (con un presupuesto de 25 millones€); Italia anunció también medidas.... En España, la suerte parece depender de lo que consiga rascar cada CCAA, habiéndose estrenado la Generalitat Valenciana con un exiguo plan de 2,5 millones de euros.

La falta de un plan de reactivación en España es malo, pero aún peor es la desventaja competitiva... A falta de apoyo en nuestro país, tememos que muchos productores -especialmente las explotaciones familiares- no superarán esta crisis y el mercado -cuando empiece a reactivarse- será copado

por producto importado de aquellos países que sí habrán apoyado a sus productores.

Seguiremos insistiendo ante las administraciones estatal y autonómicas en una línea de ayudas directas a las empresas del sector que les permita recuperar la capacidad productiva de las explotaciones afectadas, y contar con liquidez suficiente para reanudar su actividad comercial cuando sea posible; así como la reducción del IVA de los productos de la floricultura del 10% al 4%, transitoriamente, al menos durante dos campañas, para estimular el consumo y que este sector tenga más posibilidades de reanudar su ritmo de ventas. ■





Por Cirilo Arnandis,
presidente de Frutas y Hortalizas de Cooperativas Agro-alimentarias de España

Agroalimentación, actividad esencial; Frutas y Hortalizas, alimento esencial

Nadie se podía imaginar la experiencia que la sociedad ha vivido los últimos tres meses, desde que se declaró el Estado de Alarma... ¿Y nos podíamos imaginar la reacción del sector hortofrutícola español?

El impacto de la crisis por la gestión de la pandemia del COVID-19 en el sector de las frutas y hortalizas es bastante particular y diferente a la vivida por otros sectores, fundamentalmente por la conducta que ha tenido el consumo. Ello, junto con la capacidad de reacción del sector, han permitido que el comportamiento del mercado en los meses que ha durado el Estado de Alarma haya sido, en general “favorable”. No podemos sino reconocerlo; especialmente si nos comparamos con otras actividades económicas -agroalimentarias o no- que han visto desgraciadamente sus negocios cerrados o sus ventas paralizadas.

En las primeras semanas del confinamiento la mayoría de los productos alimentarios básicos vivieron una situación de euforia de la demanda en las que hubo una situación de “sobreconsumo”; la reacción de los ciudadanos, ante una situación de total incertidumbre, fue compulsiva. En pocos días, el nivel de la demanda volvió a su cauce. En el caso de las frutas y hortalizas, la estabilización se produjo también, pero -en la mayoría de los casos- en un ritmo de compra superior al consumo medio para el mismo periodo del año y sostenidamente en todo el periodo de pandemia que llevamos.

La demanda de frutas y hortalizas se vio desde el principio beneficiada por las tres características que han marcado el comportamiento del consumo alimentario durante el confinamiento: primero, el obligado incremento de las comidas en el hogar, debido a la clausura de las familias y al cierre del canal HORECA; segundo, la inclinación del consumidor hacia los productos básicos, asequibles y no procesados; por último, pero más importante, la asociación del consumidor español y europeo de las frutas y hortalizas a salud y refuerzo del sistema inmunológico.



Dentro de la categoría de frutas y hortalizas, ciertamente, hubo evoluciones dispares; se dieron situaciones de menor demanda para productos más perecederos o menos “básicos” (como la fresa) o para operadores más orientados a mercados tradicionales, en un contexto en que todas las compras alimentarias se concentraron en los súper (en detrimento de fruterías y mercadillos) o para los productos más orientados al canal HORECA (como la patata para industria). Pero, en términos generales, se ha experimentado -y hoy se puede corroborar con datos estadísticos- un incremento notable del consumo de frutas y hortalizas en los meses del confinamiento. Como muestra, un par de datos: con casi medio millón de toneladas exportadas, el sector cítrico español registró el mejor mes de marzo de su historia, en un año con una cosecha 19/20 particularmente corta; según datos MAPA, las compras de los hogares españoles en abril 2020 se incrementaron en un 36% con respecto al mismo mes del año anterior en el caso de las frutas y en 44% en hortalizas.

El momento de la irrupción del Estado de Alarma no fue “malo” desde el punto de vista de la oferta. La mayoría de





las campañas de comercialización hortofrutícolas no se encontraban en su pico de producción ni a pleno rendimiento, sino más bien en momentos de transición entre variedades o en fases ya minoritarias de comercialización o gestionando una campaña no especialmente abultada. Además, la zonas que estaban en producción en el momento de la declaración del Estado de Alarma, eran regiones (Andalucía, Valencia, Murcia) en las que la intensidad de la pandemia ha sido menos incisiva y, por otra parte, no tan dependientes de mano de obra extranjera estacional (con la excepción de los frutos rojos en Huelva que sí se vieron muy perjudicados por el cierre de la frontera de Marruecos). Todas estas circunstancias hacen concluir que el “parón no llegó en el peor momento posible”.

Todo lo anterior, ayuda para entender lo ocurrido, pero no debe restar un ápice de mérito al principal factor que ha contribuido al buen comportamiento del mercado de frutas y hortalizas durante estos meses: la capacidad de reacción del sector, el esfuerzo extraordinario realizado y su intachable responsabilidad y profesionalidad. En efecto, tanto los productores en las explotaciones, como las centrales hortofrutícolas, han resistido y revertido de manera admirable las sucesivas dificultades de todo tipo que se han encontrado. Las Cooperativas, en particular, han reaccionado poniendo en marcha en tiempo récord protocolos de prevención de riesgo y seguridad para garantizar la continuidad de la actividad productiva y comercializadora, con la dificultad de adaptarse cada día a unas circunstancias y una regulación cambiantes e inciertas. Han ajustado sus instalaciones y equipos de personal, asumiendo el reto de garantizar el suministro y respetando la premisa de cumplir estrictamente con las condiciones estipuladas para garantizar la seguridad de los socios y los trabajadores.

Retos

La primera preocupación del sector fue la continuidad de su actividad (acceso a parcelas e instalaciones) y la disponibilidad de insumos. Ambas fueron relativamente pronto disipadas, al considerarse el sector agrario en su conjunto “actividad esencial” por el Decreto de Estado de Alarma.

Seguidamente, se solucionó el problema logístico del tránsito por carretera de mercancías y la gestión de las fronteras, al amparo de las Directrices de la UE sobre controles fronterizos y de las medidas adoptadas en España para alargar el tiempo de circulación máxima y garantizar el avituallamiento de los transportistas en carretera. Se dejaron así atrás los problemas detectados en determinados puestos fronterizos que generaron parones, distorsión en la circulación de los productos y mermaron la disponibilidad de vehículos. Además de las dificultades de circulación, el sistema de transporte de frutas y hortalizas hacia el mercado comunitario duplicó automáticamente sus tarifas, al cargar éste mercancía solo en un trayecto; y su disponibilidad se redujo en las primeras fases de la crisis por ser menor el número de empresas o de transportistas dispuestos a desplazarse por el riesgo sanitario.

El consumo de frutas y hortalizas se vio desde el principio beneficiado por tres factores: el confinamiento de las familias y el cierre del canal HORECA; la inclinación del consumidor hacia los productos básicos, asequibles y no procesados; y, lo más importante, la asociación del consumidor español y europeo de las frutas y hortalizas a salud y refuerzo del sistema inmunológico

También dieron la talla las cooperativas y el conjunto del sector en la adaptación de las estructuras productivas y de comercialización. Los responsables de nuestras cooperativas tuvieron que desplegar protocolos de seguridad y planes de contingencia, para disponer de medios de protección que garantizaran la seguridad de las personas; cumplir con la distancia de seguridad levantando mamparas de separación entre operarios y aplicar programas de desinfección, adaptar y ampliar los turnos; aislar y reforzar sus plantillas; facilitar el transporte de las mismas fletando vehículos y multiplicando trayectos, respetando las condiciones de ocupación máxima de vehículos; confeccionando los productos a la medida de las exigencias más “asépticas” de los clientes...

El último reto fue disponer de trabajadores para las cosechas y paliar las carencias derivadas de la imposibilidad de llegar a España de los temporeros extranjeros, de las bajas o de las personas que no pudieron ocupar su puesto de tra-

El sector agroalimentario debe reivindicar, legítimamente, su reconocimiento como actividad esencial, reclamando políticas de apoyo basadas en la sostenibilidad ambiental, pero garantizando la sostenibilidad económica de las explotaciones

bajo por aprensión o por responsabilidades familiares. Para ello, la combinación de medidas excepcionales para facilitar la contratación de trabajadores del campo decretadas por el Gobierno, así como las iniciativas para la creación de bolsas de empleo y actuaciones de los servicios públicos de empleo y -finalmente- la flexibilización para la entrada de temporeros extranjeros permitieron cubrir las labores de recolección incluso en las zonas de producción con mayor intensidad y volumen, como en la región del Ebro en momento de plena campaña.

Estas circunstancias, la reacción ágil de nuestras administraciones y los esfuerzos del sector y de sus trabajadores, han permitido que las campañas de frutas y hortalizas hayan podido desarrollarse prácticamente con normalidad. Todo este engranaje ha permitido abastecer la demanda de frutas y hortalizas de los consumidores españoles y europeos en todo momento, como las propias cooperativas ilustraron con la publicación de numerosos y elocuentes videos y mensajes en redes.

Las dificultades se han salvado, pero no sin costes

En efecto, se ha acumulado sobrecoste a lo largo de la cadena, desde la sustitución o ampliación de plantillas en campo y almacén, la bajada de productividad por las medidas de prevención sanitaria, pasando por las inversiones que se ha acometido para garantizar la seguridad de las personas y finalmente los ocasionados por el encarecimiento del transporte. Se verá en el momento de hacer balance si el mayor precio percibido en el mercado será suficiente para cubrir esos sobrecostes y, probablemente, la conclusión será diferente para unos y otros productores y cooperativas.

5 lecciones

Pero no hace falta esperar ni hacer más cuentas para sacar algunas lecciones y consecuencias positivas de la crisis vivida (si cabe el término “positiva” en este caso). Destacamos cinco.

1 - La robustez del sector como proveedor más seguro de la población europea en los escenarios más complejos; por algo somos el primer exportador de frutas y hortalizas y el primer productor europeo.

2 - La capacidad del sistema productivo europeo (“sosteniblemente intensivo”, como dijo alguno) para ofrecer un volumen regular y suficiente en cantidad y óptimo en calidad.

3 - La asociación por el consumidor de las frutas y hortalizas a la salud: la crisis ha demostrado que este interés es más que una moda o una recomendación médica, es una convicción instintiva del consumidor.

4 - La oportunidad de redefinir los conceptos de “local” y “circuitos cortos” y acercarlos al sentido que han cobrado durante la pandemia, cuando el abastecimiento de alimentos (particularmente el de frutas y hortalizas) se ha garantizado a nivel “local-europeo” y no “local-regional”.

5 - La conciencia que se ha despertado en la población sobre la necesidad y la importancia del sector primario.

Llegados a este punto, el sector no puede sino aprovechar este balance para levantar la cabeza y reafirmar (¿repensar?) su estrategia de futuro con la vista puesta en los nuevos retos más allá del de la superación de la pandemia. Algunos de esos retos son: el reverdecimiento de la economía y las políticas de la UE; el Brexit; la desglobalización, la crisis económica... La estrategia principal e inevitable se basaría en rentabilizar la robustez del sector en el mercado y para ello, mejorar la posición de los productores, por la vía de más cooperación e integración, de la mejora de la comercialización y la captación del valor a lo largo de la cadena alimentaria, de la innovación y de perder el miedo al cambio.

Otra estrategia apremiante es aprovechar la corriente favorable del consumo saludable y sostenible mediante la promoción y comunicando mejor los atributos de nuestros productos hortofrutícolas y de nuestros procesos.

Finalmente, el sector, en este caso el sector agroalimentario en su conjunto, debe reivindicar, legítimamente, su reconocimiento -y no solo ocasionalmente- como actividad esencial, reclamando políticas de apoyo basadas en la sostenibilidad ambiental, pero garantizando -como condición necesaria- la sostenibilidad económica de las explotaciones. ■



El sector pone en marcha la campaña “Vive #saludablemente. Frutas y Verduras”

Cooperativas Agro-alimentarias de España ha promovido la campaña “Vive #Saludablemente. Frutas y Verduras”, junto con más de 120 empresas relacionadas con el sector productor y exportador de frutas y verduras para impulsar hábitos de consumo saludables durante el confinamiento, ha resultado muy positiva, con unos resultados muy buenos en televisión, en radio y con un amplio seguimiento en redes sociales, donde continúan las acciones.

“Vive #Saludablemente. Frutas y Verduras” seguirá trasladando a la sociedad que las frutas y verduras son la base de una alimentación sana y el aporte perfecto para prevenir enfermedades, en estos momentos en los que tenemos que aprender a convivir con la pandemia y poner especial énfasis en nuestra salud. Por ello, se mantendrá la presencia en redes sociales, estando previsto desarrollar acciones en favor del consumo de frutas y hortalizas en el canal Horeca.



Frutas y Verduras #saludablemente

Junio

FRUTAS Y VERDURAS DEL MES



La campaña quiere también poner en valor la variedad, diversidad y cantidad de la producción española de frutas y verduras. Más de 28 millones de toneladas y 800.000 hectáreas, que permiten abastecer el mercado nacional y exterior. La producción se extiende por todo el territorio, con gran amplitud de calendarios de comercialización lo que permite una presencia casi permanente en el mercado.

“Vive #Saludablemente. Frutas y Verduras” es una campaña, de financiación privada, aportada por más de 120 empresas y asociaciones relacionadas con el sector productor y comercializador de frutas y verduras, repartidas por las distintas comunidades autónomas. ■

Más información en la web:
<https://lasfrutasverduras.es/>



El contenido de esta campaña de promoción representa únicamente las opiniones del autor y es de su exclusiva responsabilidad. La Comisión Europea y la Agencia Ejecutiva de Consumidores, Salud, Agricultura y Alimentación (CHAFEA) no aceptan ninguna responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.



CARNE DE CABRITO, LECHAL Y CORDERO SOSTENIBLE Y NATURAL ELIGE EL ORIGEN EUROPEO



LA UNIÓN EUROPEA RESPALDA LAS CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN LA PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

Interovic, con la ayuda de la Unión Europea, vuelve a apostar por la promoción de la carne de cabrito y cordero. Entre sus objetivos, posicionar la carne de ovino y caprino como una carne sostenible que cuida el entorno medioambiental y reforzar los nuevos cortes como una opción más de consumo diario.

- ✓ Spots en televisión nacional y cines
- ✓ Campaña en más de 21.000 puntos de venta
- ✓ 30 nuevas jornadas de formación a profesionales
- ✓ Campaña de contenido digital: vídeos e infografías
- ✓ Gabinete de prensa y relaciones públicas
- ✓ Ferias profesionales



246.081.000
contactos



4.800.000
espectadores



2.724.999
visualizaciones

ENTRA EN NUESTRAS REDES SOCIALES Y COMPARTE
NUESTRO CONTENIDO DE SOSTENIBILIDAD



ENTRE TODOS LLEGAMOS MÁS LEJOS

www.canalcordero.com



CAMPAÑA FINANCIADA
CON LA AYUDA
DE LA UNIÓN EUROPEA



LA UNIÓN EUROPEA RESPALDA LAS
CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN LA
PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE



Un escenario inimaginable que comenzó en China



¿Por qué esta crisis ha afectado a los sectores ganaderos?

En muchas ocasiones, los sectores no especializados asisten con incredulidad al impacto que esta crisis del coronavirus ha podido tener sobre los sectores agrícolas y ganaderos, a priori esenciales, y que cuentan con una demanda estable. Es por ello que es importante difundir el porqué de los problemas, y de las reivindicaciones solicitadas y de las medidas tomadas.

Desde el inicio de la crisis mundial originada por la pandemia del COVID-19, las Administraciones y sectores ganaderos miraban con preocupación las noticias, temiendo que pudiesen producirse problemas de tipo logístico o comercial, que dieran al traste con el movimiento internacional de productos agroalimentarios, especialmente si se tiene en cuenta que, lo que luego se catalogó como pandemia, se inició en China, origen y destino de una importante parte del comercio internacional de mercancías.

Cuando China implementó las primeras medidas para evitar la difusión del virus, surgieron algunos problemas logísticos, como consecuencia de la retención y acumulación de barcos y contenedores en los puertos chinos. Evidentemente esto alteró el movimiento de mercancías a nivel internacional. Por ejemplo, en el caso del sector porcino, estas retenciones causaron cierta preocupación, aunque finalmente se volvió a la normalidad, y en el sector de la alimentación animal se vieron afectadas algunas importaciones de materias primas y aditivos, con especial incidencia en el mercado de la soja con certificación ecológica.

Sin embargo, estas alteraciones del mercado eran la punta del iceberg de lo que se convertiría en la situación más compleja vivida en Europa en las últimas décadas. La implementación en todo el mundo de restricciones de circulación y de actividad para poder controlar la situación sanitaria, han sido el detonante de la crisis para algunos sectores.

Cierre del canal HORECA, el gran reto

Sin lugar a dudas, el cierre del servicio físico del canal HORECA fue el principal elemento que afectó a muchos sectores ganaderos, especialmente aquellos cuya mayor cuota de mercado está en este canal. Con el cierre de bares, restaurantes u hoteles, se esfumó un porcentaje muy importante de ventas, de valor añadido, y de capacidad de promoción para estos sectores tan dependientes del canal HORECA.

Así, la carne de ovino, caprino y vacuno, los cochinillos y los productos ibéricos y los quesos de cabra han sido los sectores más afectados por el cierre del canal HORECA. Algunos de estos productos, como el cordero, el cabrito y el cochinillo está íntimamente relacionados con los fines de semana, festivos o reuniones familiares, por lo que su consumo se resintió desde los primeros días del estado de alarma.

El caso concreto del vacuno, tiene una dependencia enorme de su consumo en restauración: por un lado, con las piezas de alto valor como el lomo o el solomillo; y por otro, con las categorías de menor valor, que suelen convertirse en carne picada que se dirige a cadenas de comida rápida.

También la carne de pollo está muy relacionada con estas cadenas de comida rápida, a través de las cuales se comercializa un gran volumen.

Los quesos de cabra suelen ser frescos o con un periodo de consumo muy corto, y son consumidos principalmente en la restauración, por lo que esta limitación de comercialización le afectó muy significativamente al no poder comercializarlos ni almacenarlos para su consumo posterior.

Como estrategia para solventar esta situación, los sectores trataron de reorientar la comercialización de estos productos destinados inicialmente al canal HORECA hacia el consumo en el hogar.

En algunos casos, como en la leche, los huevos o la carne de cerdo se obtuvieron resultados positivos ya que la demanda se incrementó y mantuvo elevada durante varias semanas. Con el inicio de la desescalada la situación se ha normalizado.

Sin embargo, en otros sectores como la carne de vacuno o de ovino se produjo una sobreoferta que empujó los precios hacia los límites de la rentabilidad. En estos casos, el mercado, ya tensionado por el gran flujo comercial y la dependencia de las exportaciones, atravesó momentos de dificultad notables, llegando a detenerse las cotizaciones en las lonjas de referencia. En el caso de la leche de cabra, esta estrategia no fue posible, ya que no existe un mercado alternativo en el canal tradicional y se optó por incentivar una reducción de la producción y la elaboración de productos intermedios como la cuajada.

Todo parece indicar que la recuperación de este canal de comercialización no será inmediata. Las limitaciones que parece que tendrán que aplicarse, la incertidumbre económica que se ha generado y cierto temor social a los rebotes, pueden retrasar la recuperación. Además, los operadores tendrán que lidiar con una menor liquidez de este canal o

con la suspensión de su actividad, que puede originar en algunos casos retrasos o impagos.

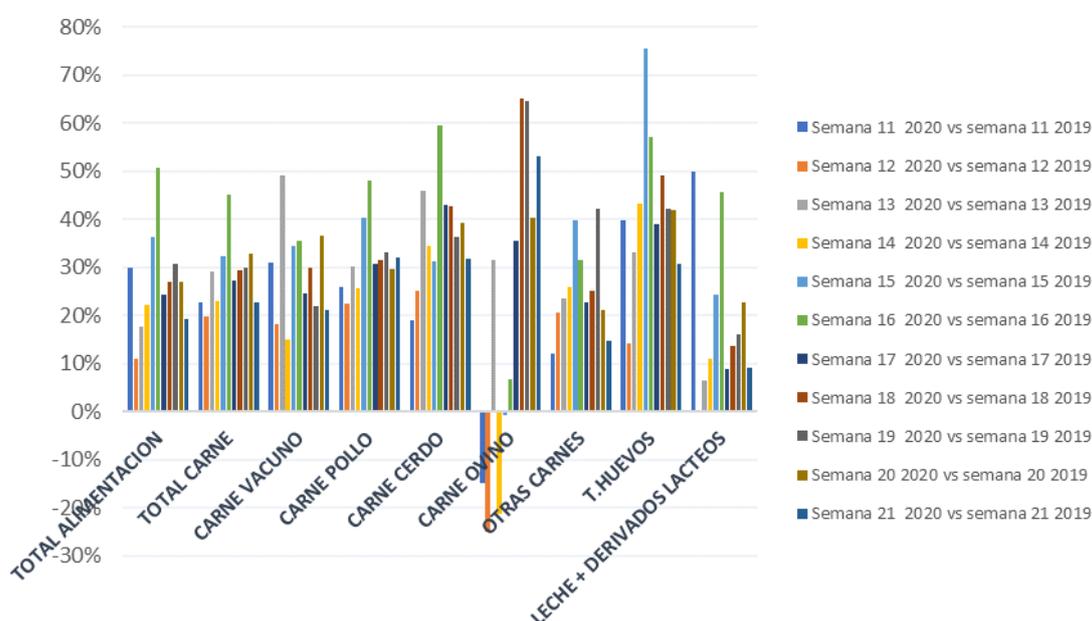
Incremento del consumo en el hogar

Al igual que ocurrió en otros sectores, la declaración del Estado de Alerta provocó que muchos consumidores, ante el temor de desabastecimiento, hicieran un acopio elevado de alimentos. Responder ante esta situación fue uno de los retos que tuvieron que abordar todos los sectores, ya que la capacidad de suministro evidentemente está limitada por los ciclos productivos.

Esta situación provocó algunas tensiones ya que todos los clientes querían recibir una mayor cantidad de alimentos, y no en todos los casos se podía ofrecer una respuesta positiva. A pesar de todo ello, se ha demostrado la capacidad del sector agroalimentario en dar una respuesta ajustada a las necesidades de esta crisis.

Tras esta primera fase, en la que los consumidores llenaron sus despensas generosamente con todo tipo de productos disponibles en los lineales, se produjo una estabilización del mercado. En algunos casos la demanda retornó a la normalidad rápidamente, como el cordero o el vacuno, y sufrieron un impacto instantáneo ante la incapacidad de reorientar su producción con tan poco margen de maniobra, mientras que otras mantuvieron un nivel de consumo más elevado al ser productos de consumo mayoritario en el hogar, como por ejemplo el huevo, la leche, la carne de cerdo y de pollo.

En el gráfico podemos comprobar los aumentos de consumo de los diferentes productos que se han registrado en los hogares a lo largo de las semanas de confinamiento, con respecto a las mismas cifras de los años anteriores. No obstante, es muy importante tener en cuenta que esta mayor demanda a nivel del hogar, debido a que las familias estaban confinadas en sus casas y tenían que realizar el total de comidas en la misma, en la mayoría de los sectores no





ha sido suficiente para compensar la caída del consumo y valor añadido del sector HORECA.

La crisis de los productos de mayor valor añadido

Todo parece indicar que la crisis sanitaria va a repercutir en la situación económica del país. Es probable que un empeoramiento de la economía familiar suponga un freno en el consumo de los productos de mayor valor añadido, como el jamón ibérico, los huevos alternativos, los quesos de calidad diferenciada, los cortes de mayor valor o las carnes diferenciadas y en el gasto fuera del hogar.

También, todo parece señalar que el turismo no indígena se va a reducir significativamente, esto supone una reducción muy significativa del consumo interno, tanto en el canal HORECA como en el hogar.

En este mismo sentido, la distribución ya ha anunciado a sus proveedores que simplificará el número de referencias en sus lineales, dando más peso y espacio a aquellos productos con menores precios y eliminando algunas referencias con un mayor precio, con el objeto, según su criterio, de responder a la demanda de los consumidores ante esta nueva situación.

La reacción del sector y las cooperativas

A todos los niveles sin excepción, el sector ganadero español ha hecho un esfuerzo destacado para tratar de sobreponerse a esta dura crisis. Para ello, ha hecho uso de todas las

herramientas disponibles, algunas a su disposición, y otras activadas por las Administraciones nacionales y europeas.

A pesar de que las reacciones en los sectores han sido diferentes, sí podemos concluir de manera horizontal, que todos ellos han tratado de apoyarse en fomentar el consumo en el hogar a través de las interprofesionales, y de afianzar sus relaciones internacionales para exportar aún más, reduciendo la presión de sobreoferta en el mercado nacional y europeo.

El sector ovino y caprino de carne, el caprino de leche y los productores de cochinitos fueron los sectores que primero empezaron a notar el cierre del canal HORECA. En el caso del ovino, las perturbaciones empezaron de manera más temprana para el lechal, pero no tardó en extenderse al conjunto del sector. No muchos días después del inicio del Estado de Alarma, los sectores del vacuno de carne y porcino ibérico tomaron conciencia de la repercusión que tendría el COVID en su funcionamiento.

Desde un primer momento, las organizaciones, entre ellas **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, trabajaron de manera muy coordinada para trasladar a la administración la problemática concreta que atravesaba el mercado, y ejerció presión a nivel nacional y europeo, solicitando la puesta en marcha de medidas de apoyo y también de medidas de mercado que pudieran ayudar a paliar la difícil situación.

Cooperativas Agro-alimentarias desplegó un importante trabajo de interlocución y cooperación con la Subdirección General de Productos Ganaderos y Cinegéticos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, y con el COPA-COGECA, para tratar de elevar al máximo nivel nuestras propuestas y que pudieran ser tenidas en cuenta a nivel europeo.

La distribución ya ha anunciado a sus proveedores reducirá el número de referencias, dando más peso y espacio a aquellos productos con menores precios

Sin embargo, las organizaciones, entre ellas **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, no sólo recurrieron a las administraciones en busca de apoyo, sino que también pusieron en marcha mecanismos para la gestión de la crisis que en muchos casos resultaron ser definitivos a la postre.

Por ejemplo, se hizo un importante esfuerzo en promoción por parte de las interprofesionales. En el caso de INTEROVIC se reorientó su campaña de promoción, buscando concienciar al ciudadano acerca de la importancia de consumir cordero en los hogares, en defensa de los productores nacionales. En el caso de InLAC, se apostó continuar con una campaña

que defendiera el consumo de tres lácteos al día, además se comenzó a trabajar en una campaña de incentivación del consumo de queso que se iniciará en los próximos meses. PROVACUNO articuló y activó una ambiciosa campaña de promoción nacional. En el caso de ASICI la campaña europea ha tenido que reorientar su programación para responder a los nuevos requisitos impuestos para el control de COVID a nivel europeo, además, se pondrá en marcha el próximo otoño una campaña específica de promoción en hogar y en el canal Horeca de productos ibéricos. En el caso del INTERPORC, se realizó una campaña de promoción de consumo durante la crisis del COVID.

En todos los casos las campañas a nivel nacional se han orientado a poner en valor el consumo nacional, esto ha tenido especial peso en el caso de los productos lácteos, la carne de vacuno y de ovino y caprino.

Esta campaña de promoción de los productos nacionales se ha visto acompañada por diferentes campañas de comunicación de las propias interprofesionales y de las organizaciones, entre ellas **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, en las que se ha puesto en valor el trabajo de toda la cadena, desde el ganadero hasta el punto de venta, incluyendo trabajadores y transportistas de las diferentes etapas.

Algunas interprofesionales como INTEROVIC o PROVACUNO enfocaron sus campañas desde un punto de vista solidario, algo que fue apreciado dada la situación social que se generó durante la crisis.

Estas campañas de promoción fueron secundadas por iniciativas privadas puestas en marcha por los operadores y cooperativas, que activaron sus canales de venta online para hacer llegar sus productos de manera directa a los consumidores. Este trabajo tuvo un impacto inesperado, produciéndose aumentos muy importantes del consumo en el hogar, y un incremento muy sensible de las compras a través de e-commerce.

Sin embargo, debe destacarse que la mayor parte de la responsabilidad de la estabilización de los mercados ha sido gracias al trabajo de las propias empresas y cooperativas.

Por ejemplo, en el caso del sector ovino destaca la intensificación de las exportaciones, especialmente de ganado vivo. Las negociaciones para conseguir exportar a nuevos países como Jordania o Arabia Saudí tuvieron repercusiones importantes y en el mes de abril se alcanzaron cifras récord, con aumentos del 48% del volumen vivo exportado.

En el sector vacuno las exportaciones también han tenido un papel muy importante en la estabilización de los precios, actuando como redes de seguridad ante la imparable caída de los precios.

En el caso del sector porcino ibérico, la exportación ha sido también una estrategia importante. La situación de precios ha permitido desviar animales destinados a productos ibéricos a comercializarse como blancos en la exportación. También algunas cooperativas han gestionado parte de sus excedentes y están elaborando jamones y paletas.





En el caso de la leche, algunas cooperativas han optado por transformar parte de la leche excedentaria en queso o elaborar cuajada para almacenarla. En caprino de leche, se ha incentivado entre los socios una reducción de la producción que ha resultado muy eficaz.

El apoyo público a la estabilización

A raíz del trabajo realizado por **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, con el apoyo de otras organizaciones agrarias y sectoriales, se pusieron en marcha ciertas medidas de apoyo que pudieran aliviar la presión de precios bajistas sobre los sectores ganaderos.

En este camino se contó con la estrecha colaboración de la Dirección General de Producciones y Mercados Agrarios del MAPA, y muy especialmente de la Subdirección General de Productos Ganaderos y Cinegéticos, con quien se construyeron medidas específicas de ayudas a los sectores, y

La leche, los huevos o la carne de cerdo incrementaron la demanda y se mantuvo elevada durante varias semanas. Pero la carne de ovino, caprino y vacuno, los cochinillos, los productos ibéricos y los quesos de cabra han sido los sectores más afectados por el cierre del canal HORECA

propuestas para elevar a la Comisión Europea. También es importante destacar la labor realizada a través de nuestra oficina en Bruselas, que trasladó nuestras necesidades al COPA COGECA y a las Administraciones Comunitarias.

Específicamente para los sectores ganaderos a nivel nacional se han implementado dos ayudas. La primera destinada a las granjas de ovino y caprino, a través del Real Decreto 508/2020. Esta ayuda se concibió finalmente como un pago complementario al pago de las ayudas asociadas, por oveja o cabra elegible de la explotación. Fijaba un presupuesto de 10 millones de euros a nivel nacional, que podía ser complementado por cada una de las Comunidades Autónomas. La cuantía máxima por oveja o cabra se fijaba en 12€, pero los cálculos realizados nos indicaban que la cantidad real se alejaría bastante de este techo.

La otra ayuda -que a la redacción de este texto todavía no está publicada- se ha destinado al sector ibérico, cuenta también con un presupuesto de 10 millones de euros y está orientada a que los ganaderos que así lo consideren reciban un pago complementario por cada cerdo ibérico que decidan descalificar como ibérico y se comercialice como cerdo blanco, que actualmente tiene una situación de mercado mejor, incluida la exportación.

A nivel comunitario finalmente se solicitaron diferentes medidas de mercado, de las que finalmente sólo fueron implementadas las referentes al almacenamiento privado de carne de vacuno, ovino y caprino y lácteos (leche desnatada en polvo, quesos y mantequilla).

En el caso del sector ovino, si bien fue muy solicitada por el sector, llegó algo tarde y con limitaciones técnicas, que

han hecho que a día de la redacción de este artículo las solicitudes sean muy escasas. En el caso del vacuno de carne, la medida ha tenido más éxito que en el ovino, se han almacenado 1.445 toneladas, aproximadamente el 10% pertenecen a España.

Destacan dos limitaciones técnicas principales que han impedido y hacen prever un menor uso del esperado en estas ayudas, algo que se puso de manifiesto durante los debates de las mismas. Por un lado, que no pudieran beneficiarse las canales que se congelaron desde la declaración del Estado de Alarma; muchos operadores desde el inicio de la crisis habían optado por esta vía de gestión del mercado, de hecho en el caso de ovino y caprino un importante montante de las canales de lechazos y cabritos ya estaban congeladas cuando se puso en marcha la medida.

Por otro lado, solamente podían almacenarse canales completas, y no aquellos cortes con peor salida comercial destinados al canal HORECA. Los operadores no consideraban interesante almacenar cortes que tenían salida comercial en estos momentos. En el caso del vacuno de carne existía la limitación de almacenar cuartos traseros completos, sin posibilidad de hacerlo para sus diferentes cortes. En los momentos en los que la medida fue aprobada, los industriales y comerciales europeos tenían problemas profundos en la comercialización de algunos cortes del cuarto trasero, principalmente los dirigidos a canal HORECA, como el lomo o solomillo. No obstante, aún contaban y cuentan con piezas del cuarto trasero que siguen teniendo una salida comercial importante, a valores medios de mercado. De este modo, esta medida sólo sería de interés para aquellos países en los que el precio del total del cuarto trasero estuviera por

debajo de los importes de ayuda establecidos, como pueda ser el caso de Polonia. Para España, esta medida sólo era de interés para las canales de bajo valor, como las vacas (DO) de categoría "O", y quedando muy lejos de ser útil para el ajojo o ternera.

Con respecto a la mantequilla y la leche desnatada en polvo, el nivel de uso en España no ha sido muy significativo. Debe tenerse en cuenta que la única leche utilizable es la procedente de leche de vaca, y como se ha mencionado anteriormente, la situación de mercado de esta leche en España ha sido mejor que en otros países, los stocks de mantequilla se habían reducido por el incremento de consumo durante el confinamiento, y que muy pocas plantas tienen capacidad para transformar leche desnatada en polvo. Destacar que desde **Cooperativas Agro-alimentarias** se solicitó que esta ayuda incluyera la nata y la leche desnatada en polvo de oveja y cabra.

En el caso del queso, desde **Cooperativas Agro-alimentarias de España** se insistió en la necesidad de que se incluyera dentro de esta categoría "cuajada", ya que es este producto la principal vía de almacenamiento de leche de cabra, que era la leche que en nuestro caso estaba atravesando por un momento más complicado. Finalmente se consiguió incluir. La ayuda que se puso en marcha en el mes de mayo tuvo una gran acogida y durante la primera semana se alcanzó el volumen asignado a España.

Dado que estas ayudas llevan poco tiempo en vigor, es algo pronto para valorar si tendrá importancia para el funcionamiento del mercado, y si influirá en una subida de los precios en el futuro. ■



El virus más inoportuno



Nunca es buen momento para hacer frente a una crisis sanitaria de la índole del COVID-19, pero seguramente los habría habido mejores para el sector del aceite de oliva.

Desde el inicio de 2019, vivimos una crisis sin precedentes. Tras una campaña récord de producción y una tendencia a la baja de los precios en origen, llega la imposición de aranceles a las importaciones de aceite de oliva español envasado por parte de EE.UU., nuestro principal mercado fuera de la Unión Europea. La situación se agrava, y las cotizaciones siguen cayendo sin que ni siquiera la activación de las ayudas al almacenamiento privado por parte de la Comisión Europea sea capaz de frenarlo.

En medio de todo ello, el sector productor, harto de una situación insostenible, se lanza a la calle de forma permanente, reivindicando unos precios justos que garanticen la viabilidad de sus explotaciones. Sin embargo, llega otro inesperado y dramático acontecimiento que da al traste con estas reivindicaciones: el COVID-19.

Hemos vivido, y seguimos viviendo aún, una situación inédita, en la que por encima de todo se ha demostrado el imprescindible papel de nuestras cooperativas, quienes han dado toda una lección de compromiso y trabajo merecedora del mayor de los aplausos.

Un mes de marzo a destajo, pero con precios bajos

Durante las primeras semanas del confinamiento las cooperativas del sector trabajaron a destajo, 24 horas al día durante los 7 días de la semana, sin descanso. Ante un panorama de total incertidumbre, los compradores retiraban sus pedidos de forma acelerada, registrando el mes de marzo la mayor cifra mensual de salidas al mercado, con un excelente comportamiento del mercado interior, dado el acopio que realizaron millones de familias durante las primeras semanas del confinamiento.

Sin embargo, a medida que se sucedían las semanas, no se establecían nuevos contratos, y el ritmo de salidas sufría un parón generalizado, principalmente en el caso de los graneles, a medida que la gran distribución frenaba su ritmo de compras. La presión de los precios a la baja ha sido siempre la protagonista durante los últimos meses.

El cierre del canal HORECA a nivel internacional y la congelación del turismo de la noche a la mañana, de importancia capital en nuestro país, tensó aún más un mercado ya de por sí convulso.

Aceituna de mesa

El sector de la aceituna de mesa es también otro de los más afectados, con una gran dependencia de la hostelería y restauración. El consumo en hogares durante esas primeras semanas de confinamiento se incrementó notablemente, maridando perfectamente el producto con la clásica cerveza. No obstante, desde el sector se pone de manifiesto, una y otra vez, que este mayor consumo no compensa en ningún caso las pérdidas sufridas por el cierre del canal HORECA.

Este periodo ha venido marcado también por la preocupación ante los incrementos de los costes del transporte, dada su escasez, y también por el temor ante posibles contagios entre el personal, de especial relevancia en el caso de las entamadoras.

Algunas de nuestras principales cooperativas veían como se sucedían las cancelaciones de pedidos en dos de los principales mercados, EE.UU. e Italia, así como retrasos en los pagos de la mercancía. Los reajustes en los turnos de las líneas de envasado han sido frecuentes, manteniéndose a día de hoy.

Medidas propuestas por el Ministerio

En medio de esta atípica y dramática situación, las peticiones al Ministerio de Agricultura y a la Comisión Europea para que tomaran las medidas oportunas se han venido sucediendo. Es en la primera semana de junio, cuando el Ministro de Agricultura decide establecer encuentros con las organizaciones representativas del sector del aceite de oliva, para trasladarles una batería de medidas a poner en marcha en el corto, medio y largo plazo, que pocos días más tarde anunciaba ya públicamente en rueda de prensa.

Desde **Cooperativas Agro-alimentarias de España** destacamos dos de estas medidas del decálogo presentado: incorporación del aceite de oliva en el artículo 167 de la OCM, actualmente solo de aplicación para el sector vitivinícola, que permitiría la adopción de acuerdos de carácter obligatorio en relación a la adecuación de la oferta y la demanda; y la imprescindible apuesta por la lucha contra el fraude, para lo cual es vital disponer de sistemas de trazabilidad que monitoricen a tiempo real todos los movimientos de producto dentro de las instalaciones de las propias industrias, pero también entre ellas.

Consideramos imprescindible, más aún en una situación como la actual, dotar al sector de estas herramientas que permitan asegurar su viabilidad y aumentar su competitividad en los mercados. Vivimos un momento en el que tanto las administraciones públicas como el propio sector debe dar pasos hacia adelante quizás nunca antes explorados. Es una cuestión de supervivencia. ■

¿Mantener distancia social en playas abarrotadas?
Entre viñedos hay espacio de sobra.

Practica el enoturismo.

#siempremediollena



Con_Vino

WINE MODERATION
ELIGE | COMPARTE | CUIDA

EL VINO SOLO SE DISFRUTA CON MODERACIÓN

mejorconvino.com

Medidas extraordinarias en el sector vitivinícola

España incrementó sus exportaciones en 2019 en 130 millones de litros más de vino respecto a 2018, alcanzando un total de 2.124,2 millones de litros. Sin embargo, la facturación fue de 2.690,6 millones de euros, un 8% menor al año anterior. Por otra parte, el consumo de vino en nuestro país, nos dio una alegría al superar los 11 millones hl en diciembre, registrando un aumento del 9,7% respecto a 2018.

Confiábamos en incrementar volúmenes y precios en el presente año, cuando todo cambió por la Covid-19, paralizando en todo el mundo, alrededor de 3 meses, la actividad comercial, catas, presentaciones, ferias, eventos, fiestas,... así como el canal Horeca.

Aunque durante el estado de confinamiento, el sector vitivinícola fue considerado un servicio esencial, las bodegas también se vieron afectadas por problemas logísticos, laborales y de suministro que complicaron el trabajo. A pesar de ello, las bodegas cooperativas cumplieron de forma más que satisfactoria con todos sus compromisos.

No obstante, la incertidumbre y preocupación fue importante desde el primer momento y continúa cuando estamos próximos a una nueva cosecha, en la que será complicado mantener la cuota de mercado. Nos esperan tiempos difíciles.

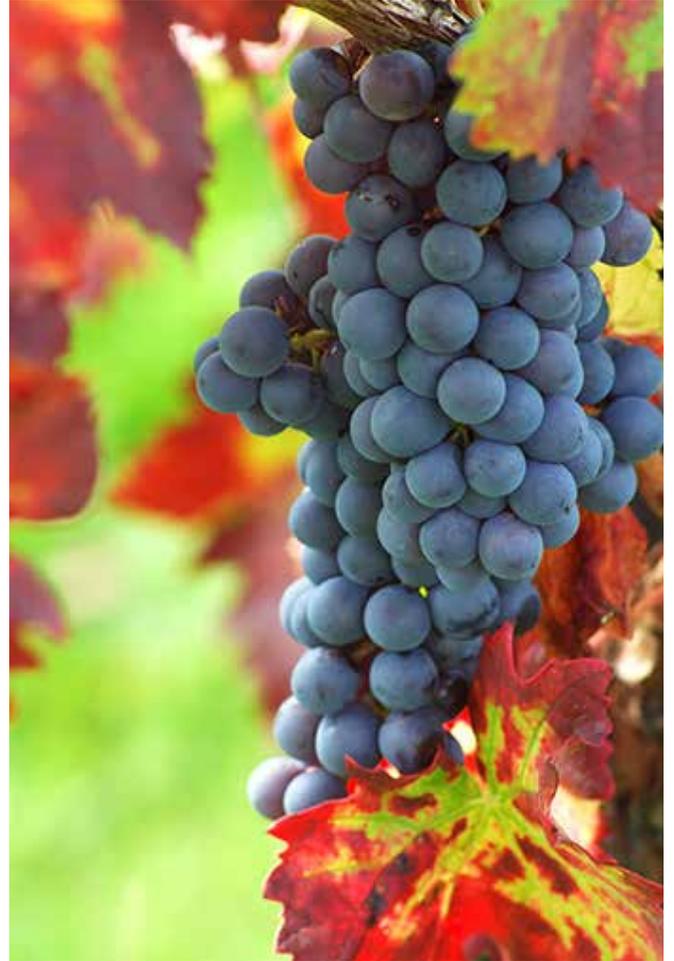
Para paliar la crisis que está sufriendo el sector vitivinícola español, desde **Cooperativas Agro-alimentarias** se realizaron múltiples gestiones tanto antes la administración española como comunitaria. Para ello nos coordinamos con las cooperativas vitivinícolas francesas e italianas para consensuar una estrategia conjunta y plantear propuestas a la Comisión, de forma que se establecieran medidas extraordinarias para el sector con un presupuesto extraordinario, y optimizar el presupuesto de que disponemos en las medidas del programa de apoyo al sector vitivinícola en diferentes países.

Al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, además de apoyarnos en las anteriores propuestas, le solicitamos desbloquear la propuesta de norma de comercialización, para que pudiera estar operativa antes del inicio de la próxima campaña.

Fruto de todas las acciones realizadas, y para evitar perturbaciones del mercado causadas por la pandemia de COVID-19 en el sector vitivinícola, finalmente, la Comisión flexibilizó y facultó a los Estados miembro para poder realizar cambios en la gestión de las medidas de los programas de ayuda al sector vitivinícola, así como ampliar el periodo de validez de autorizaciones de plantación y replantación ya concedidas.

Tres medidas de carácter temporal en España

Además, se establecieron tres medidas excepcionales de carácter temporal en España.



Las nuevas medidas que podremos aplicar en España en base al Real Decreto 557/2020, son: destilación de vino en caso de crisis con un presupuesto máximo de 65,5 millones de euros; ayuda para el almacenamiento privado de vino en casos de crisis, con un presupuesto disponible de 15 millones de euros, y cosecha en verde, con un presupuesto de 10 millones de euros.

Estas medidas, siendo positivas e importantes, tienen el hándicap de financiarse con el presupuesto de que dispone el sector en el PASVE, por lo que no hay incremento de presupuesto para financiar las nuevas medidas. Para Cooperativas, se trata de una crisis extraordinaria y necesitamos medidas y fondos extraordinarios, no ordinarios, para contribuir a solucionar el exceso de oferta y el presupuesto sigue siendo el mismo que ya tenía el sector.

Destilación de Vino

Con la medida de destilación de vino, se destilarán 2 millones de hectolitros, de los cuales 0,5 Mhl son para vinos con Denominación de Origen Protegida y 1,5 Mhl para el resto de vinos. El vino a destilar será a granel, con un grado al-

cohólico mínimo de 11% en volumen, producido en territorio nacional en la campaña 2019-2020. Excepcionalmente, se podrá destilar los vinos base para la DOP Cava con un grado alcohólico mínimo de 9,5% en volumen.

Los beneficiarios de la medida serán los destiladores autorizados de productos vitivinícolas que transformen vino en alcohol y no las bodegas, por lo que tendrán que negociar el precio final a percibir.

El importe de la ayuda a pagar a los destiladores será de 0,40 €/litro (40 €/HI) de vino destilado para el vino con DOP, y 0,30 €/litro (30 €/HI) de vino destilado para el resto de vinos. El destilador abonará al suministrador del vino el importe de la ayuda, una vez descontados los costes de la destilación y un suplemento para distancias superiores a 150 km.

El alcohol obtenido de la destilación de vino se utilizará exclusivamente en procesos industriales, incluida la fabricación de desinfectantes y productos farmacéuticos o energéticos, nunca para uso de boca o alimentarios.

Ayuda al almacenamiento

La ayuda al almacenamiento es para un máximo de 2 millones de hectolitros de vino con DOP y 250.000 hectolitros de vino con Indicación Geográfica Protegida. Los beneficiarios son las empresas vitivinícolas que produzcan vino con DOP y vino con IGP. Se podrán almacenar vinos a granel en depósito o almacén precintables. Excepcionalmente, también vinos espumosos o de licor en botellas ubicadas en soportes o almacenes precintables que garanticen la integridad del producto.

La ayuda será de 0,027 €/hectolitro y día de vino almacenado. La duración del almacenamiento será de 180, 270 o 360 días



para vinos tintos, y 180 días para el resto. Estos periodos podrán interrumpirse si las condiciones del mercado así lo aconsejan.

Cosecha en Verde

La cosecha en verde se abonará directamente a los viticultores, para parcelas completas de viñedo con DOP de la vendimia 2020. Se entenderá por cosecha en verde la destrucción o eliminación total de los racimos de uvas cuando todavía están inmaduros, para reducir a cero el rendimiento de la parcela, sin que puedan existir uvas sin vendimiar en la parcela de viñedo objeto de la ayuda.

Se podrán acoger a la ayuda a la cosecha en verde los viticultores inscritos en alguna DOP para una superficie mínima por parcela, igual o superior a 0,3 hectáreas.

La cosecha en verde podrá realizarse de forma manual, mecánica o química y la ayuda será el 60% de la suma de la compensación por los costes directos de destrucción o eliminación de los racimos de uvas y por la pérdida de ingresos del valor medio de la uva de las tres últimas campañas en el ámbito territorial donde se ubique la parcela.

Como medidas a aplicar en todas las campañas se han limitado los rendimientos máximos por hectárea a 18.000 kg/ha para uva tinta y 20.000 kg/ha para uva blanca. Si se superan estos límites, podrán destinarse exclusivamente a la elaboración de mosto, vinagre o a la destilación para alcohol de uso de boca, usos industriales y energéticos y acreditar que el producto de la transformación de estas uvas ha sido eliminado totalmente del canal del mercado del vino.

También se dispondrá de declaraciones obligatorias por parcelas en todo el territorio vitivinícola español, una petición que venimos realizando desde **Cooperativas Agro-alimentarias de España** desde hace tiempo y que permitirá controlar adecuadamente los rendimientos por parcela.

Las anteriores medidas, siendo importantes, son insuficientes, por lo que desde **Cooperativas Agro-alimentarias** continuaremos realizando gestiones para conseguir un presupuesto extraordinario de la UE en el sector vitivinícola, que nos permita continuar produciendo y elaborando vino. ■

El sector del vino invita al optimismo a través de su nueva campaña #SiempreMedioLlena

En esta nueva etapa, la Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE) anima a valorar y brindar con vino por las cosas buenas de la vida

La forma en la que se ve la vida, influye directamente en cómo se afrontarán también los problemas. “Cambias tus pensamientos y cambias tu mundo”, señalaba Norman Vincent, autor estadounidense creador de la teoría del pensamiento positivo. Bajo esta filosofía, la Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE) ha puesto en marcha una campaña con el lema **#SiempreMedioLlena** que invita a las personas a ver el lado bueno de la vida y a sacar siempre lo mejor de cualquier situación que se ponga por delante.

En definitiva, una iniciativa que apuesta por celebrar pequeñas victorias y poner en valor todo lo bueno para enfrentar cada día con esperanza y optimismo. Por ello, esta etapa de “nueva normalidad” #SiempreMedioLlena responde al deseo de la sociedad de buscar y compartir experiencias positivas que nos hagan sonreír; porque ahora es el momento de celebrar cada deseo, cada pequeña victoria que nos ayude a enfrentarnos con optimismo y esperanza a lo que pueda venir. Y qué mejor hacerlo que con vino

La campaña, que ha sido desarrollada por la agencia DILUVIA, dio comienzo el 24 de junio con un vídeo titulado “47 millones”. La pieza audiovisual puede verse en la web www.mejorconvino.com; en los perfiles de redes sociales de la Organización Interprofesional del Vino de España

(OIVE) así como en los diferentes soportes digitales que conformarán la campaña de medios.

Apoyo del vino a la hostelería

Consciente de que esta “nueva normalidad” supone una situación crítica para el tejido hostelero de nuestro país, la Organización Interprofesional del Vino va a poner en marcha una serie de iniciativas para apoyar al sector hostelero.

Desde el punto de vista de consumidor, el 25 de junio dio comienzo **#Quiero brindar por mi cumple**, una activación dirigida a aquellas personas que han cumplido un año más durante el estado de alarma y que casi ninguna de ellas ha podido festejarlo en condiciones. Los consumidores podrán ganar uno de los 1.000 premios de 100€ para disfrutarlos en su bar favorito con sus amigos brindando y celebrando su cumpleaños con el vino como símbolo de ese reencuentro.

Asimismo, para los profesionales presentes y futuros de la hostelería, la Organización Interprofesional del Vino de España ha habilitado una serie de Cursos de formación On Line gratuitos. La buena acogida que han tenido durante el confinamiento, ha animado a prolongarlos en estos meses con nuevas temáticas. EL objetivo de estos cursos es aportar valor añadido en el resurgir de los negocios hosteleros. ■



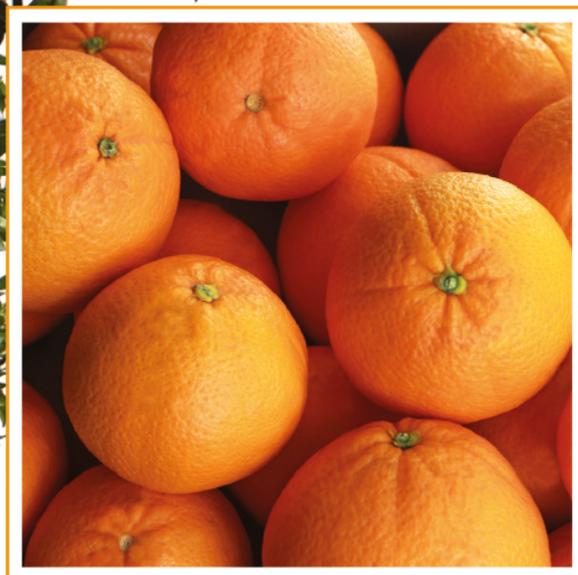
¿Vuelos cancelados? Abriendo chat de grupo para "Escapada improvisada".

#siempremediollena

Más información en:
www.siempremediollena.com

Redes sociales:
 f /interprofesionaldelvino
 t /InterVinoEs
 i /mejorcon_vino/

2020



Seguro de Cítricos

Abierto periodo
de contratación.



agroseguro
40 AÑOS

PARA SUSCRIBIR SU SEGURO DIRÍJASE A: • MAPFRE ESPAÑA CÍA. DE SEGUROS Y REASEGUROS • CAJA DE SEGUROS REUNIDOS (CÁSER) • AGROPELAYO SOCIEDAD DE SEGUROS S.A. • SEGUROS GENERALES RURAL • ALLIANZ, COMPAÑÍA DE SEGUROS • PLUS ULTRA SEGUROS • HELVETIA CÍA. SUIZA S.A. DE SEGUROS • CAJAMAR SEGUROS GENERALES S.A. • MUTUALIDAD ARROCERA DE SEGUROS • GENERALI DE ESPAÑA, S.A. SEGUROS • FIATC, MUTUA DE SEGUROS Y REASEGUROS • SEGUROS CATALANA OCCIDENTE • BBVASEGUROS, S.A. DE SEGUROS • AXA SEGUROS GENERALES • REALE SEGUROS GENERALES • SANTA LUCÍA S.A. CÍA. DE SEGUROS • MUSSAP, MUTUA DE SEGUROS • MGS SEGUROS Y REASEGUROS S.A. • AGROMUTUA MAVDA, SDAD. MUTUA DE SEG. • PELAYO, MUTUA DE SEGUROS A PRIMA FIJA

Cooperativas Agro-alimentarias activa su campaña publicitaria para incentivar la contratación de Seguros Agrarios



Cooperativas Agro-alimentarias de España arrancó en mayo su nueva campaña de Promoción del Seguro Agrario 2020. Campaña que gira sobre un formato de comunicación multicanal, en torno a revistas especializadas, banners en webs corporativas, un video-whatsapp y una emisión de cuñas en los programas radiofónicos líderes en información al sector agroalimentario, con el objetivo de conseguir un alcance integral.

Este año habrá una doble oleada en la emisión de cuñas, la primera en los meses de mayo y de junio dirigida hacia un público muy definido, y la segunda en los meses de septiembre y octubre, meses críticos para estimular la suscripción del grueso de líneas de seguros agrarios.

Nuestra campaña de comunicación cuenta con el patrocinio y el apoyo financiero de ENESA y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), y se refuerza con la experiencia y profesionalidad de nuestra amplia red de información, asesoramiento y comercialización, Federaciones regionales y Cooperativas asociadas,

que cuentan con un equipo de mediación líderes en este ramo. Sin lugar a dudas, todas estas características y la experiencia acumulado en 40 años trabajando con el sistema de Seguros Agrarios, han convertido a las cooperativas en un instrumento esencial para aumentar la contratación del Seguro Agrario.

La estrategia se materializa mediante una batería de argumentos sólidos que buscan motivar al sector productor a confiar en los verdaderos especialistas en Riesgos Agroalimentarios, las Cooperativas agroalimentarias de nuestro país, profesionales rigurosos, formados, conocedores de las necesidades de sus clientes y defensores de sus intereses.

El Plan de Medios abarca un amplio ámbito geográfico, 11 Comunidades Autónomas: Andalucía, Aragón, Castilla y León, Cataluña, Extremadura, Galicia, Baleares, Murcia, Navarra y C. Valenciana.

En definitiva, estamos siendo testigos de una nueva forma de entender el seguro agrario desde las Cooperativas. ■

El seguro de cítricos, el instrumento más eficaz para proteger su cosecha frente a las adversidades climáticas

Información remitida por Agroseguro

Los Cítricos gozan de gran importancia dentro del panorama agrícola español y así lo demuestran también las cifras del seguro agrario, ya que la de cítricos es la cuarta línea de seguro en la que más producción se aseguró a nivel nacional durante el ejercicio 2019. Ese año se suscribieron más de 18.000 pólizas que dieron cobertura a cerca de 120.000 hectáreas cultivo y a una producción que prácticamente alcanza los 3 millones de toneladas.

La Comunidad Valenciana es la que concentra la mayor cantidad de contratación con 15.573 declaraciones de seguros, cerca de 75.000 hectáreas y 1,72 millones de toneladas aseguradas, lo que supone alrededor del 60% del total nacional de superficie y producción asegurada y más del 86% de las pólizas contratadas.

En los últimos años nuestro país está experimentando fenómenos climáticos adversos de gran intensidad y muy variables. A lo largo de 2019 se han ido encadenando diversas adversidades climáticas especialmente dañinas para el campo español. Se han registrado todo tipo de fenómenos climáticos extremos: heladas en invierno, pero también al inicio de la primavera y en el mes de mayo; tormentas de pedrisco, en ocasiones de gran intensidad, llamando la atención que estos episodios tormentosos cada vez comienzan en fechas más tempranas; también se han registrado varias depresiones aisladas en niveles altos de la atmósfera (DANA), más conocidas como “gota fría”, con intensas precipitaciones, a veces acompañadas de pedrisco. La gota fría más dañina fue la ocurrida entre los días 11 y de 14 septiembre, convirtiéndose en el peor evento de este tipo de la historia del seguro.

A todo lo anterior hay que añadir que, a pesar de la inestabilidad climática, las precipitaciones han resultado escasas, y que, por tanto, se han producido daños por sequía, fundamentalmente en los Cultivos Herbáceos extensivos, aunque también en otros cultivos, como el de Uva de Vino y Olivar. En total, la superficie siniestrada alcanza los 1,9 millones de hectáreas.

En el caso concreto de las producciones de Cítricos, los fenómenos climáticos que más les afectaron fueron los temporales de viento, seguidos de tormentas de pedrisco e inundaciones, asociados todos ellos, en su mayoría, con la consecución de varios fenómenos de gota fría. En total, la siniestralidad alcanzada en Cítricos por todos los eventos climáticos ocurridos ascendió a casi 70 millones de euros por daños en cerca de 58.000 hectáreas, de las cuales 30.000 corresponden a viento

Recordamos que en general, los últimos tres ejercicios se encuentran entre los cuatro peores de la historia del seguro agrario. 2018 fue un año inusual en cuanto a la cantidad de tormentas de pedrisco caídas. Así en el caso de los Cítricos, entre los dos últimos ejercicios acumulan cerca de 130 millones de euros de siniestralidad.

La incertidumbre que generan estos fenómenos meteorológicos, incontrolables e impredecibles, convierte al Seguro de Cítricos en el mecanismo de cobertura más idóneo con el que cuentan los agricultores para proteger sus cosechas. ■



AGACA, Asociación Galega de Cooperativas Agrarias

C/ Rúa Tomiño, 22, Entresuelo
15703 Santiago de Compostela
(A Coruña)
José Montes. Presidente
Higinio Mougán. Director
Tel.: 981 584 783
Fax: 981 571 730
E-mail: agaca@agaca.coop
www.agaca.coop

Cooperativas Agro-alimentarias de Aragón

Mercazaragoza
Ctra. Cogullada, 65
Centro de Negocios, Calle C, Edificio 7
50014 Zaragoza
José Víctor Nogués. Presidente
Adolfo Aragüés. Director
Tel.: 976 474 205
Fax: 976 474 226
E-mail: agro-alimentarias@aragon.coop
www.aragon.coop

Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía

C/ Demetrio de los Ríos, 15
41003 Sevilla
Rafael Leal Rubio. Presidente
Jaime Martínez-Conradi. Director
Tel.: 954 422 416
Fax: 954 422 151
E-mail:
cooperativas@agroalimentarias-andalucia.coop
www.agroalimentarias-andalucia.coop

FCAC, Federació de Cooperatives Agràries de Catalunya

Casa de l'Agricultura
C/ Uldecona, 21-33, 3a planta
08038 Barcelona
Ramón Sarroca. Presidente
Jordi Vives. Director
Tel.: 932 260 369
Fax: 932 260 673
E-mail: fcac@fcac.coop
www.fcac.coop

KONFEKOOP Confederación de Cooperativas de Euskadi

C/ Reyes de Navarra, 51
01013 Vitoria-Gasteiz
Pablo Durana Duque. Presidente
Iñaki Nubla. Director
Tel.: 945 257 088
Fax: 945 253 959
E-mail: info@konfekoop.coop
www.konfekoop.coop

FECOAM, Federación de Cooperativas Agrarias de Murcia

C/ Caballero, 13
30002 Murcia
Santiago Martínez. Presidente
Antonio Sanz. Director
Tel.: 968 351 282
Fax: 968 350 095
E-mail: fecoam@fecoam.es
www.fecoam.es



**cooperativas
agro-alimentarias**
España

FECOAR, Federación de Cooperativas Agrarias de La Rioja

C/ Estambarrera, 42, Bajo
26006 Logroño
Fernando Ezquerro. Presidente
Julián García Plisson. Director
Tel.: 941 501 286
Fax: 941 501 287
E-mail: fecoar@fecoar.es

Cooperatives Agro-alimentàries Comunitat Valenciana

C/ Caballeros, 26, 3º
46001 Valencia
Cirilo Armandis. Presidente
José Segarra. Director
Tel.: 963 156 110
Fax: 963 923 327
E-mail:
agro-alimentariescv@agro-alimentariescv.coop
http://cooperativesagroalimentariescv.com

Cooperatives Agro-alimentàries Illes Balears

Polígono Son Llaut, Parcela 37,
1ª Planta, Despacho 2
07320-Santa María-Mallorca
Jerónima Bonafé. Presidenta
Mª Francisca Parets. Directora
Tel.: 971 725 180
Fax: 971 579 924
E-mail: cooperatives@agroalimentaries.es
www.agroalimentaries.es

UCAM, Unión de Cooperativas Agrarias de Madrid

C/ Jordán, 8
28010 Madrid
Jesús Pérez. Director
Tel.: 915 547 994
Fax: 914 459 379
E-mail: info@ucam.coop

Cooperativas Agro-alimentarias de Castilla-La Mancha

Avda. de Criptana, 21
13600 Alcázar de San Juan
(Ciudad Real)
Ángel Villafranca. Presidente
Juan Miguel del Real. Director
Tel.: 926 54 52 00
Fax: 926 545 208
E-mail:
cooperativas@agroalimentariasclm.coop
www.agroalimentariasclm.coop

Cooperativas Agro-alimentarias de Navarra

Avda. Sancho el Fuerte, 49-Bis, bajo
31007, Pamplona
José Mª Martínez. Presidente
Patxi Vera. Director
Tel.: 948 238 129
Fax: 948 248 737
E-mail: info@ucan.es
www.ucan.es

Cooperativas Agro-alimentarias del Principado de Asturias

Polígono de Asipo. Plaza Santa
Bárbara, 2 - 2ª planta, Oficina 26
33428 Llanera (Asturias)
Arturo Gancedo. Presidente
Luis Rodríguez. Gerente
Tel.: 985 152 500
Fax: 985 150 695
E-mail: info@asturias.coop
www.asturias.coop

Cooperativas Agro-alimentarias de Extremadura

C/ Mérida de los Caballeros, 8
06800 Mérida (Badajoz)
Ángel Pacheco Conejero. Presidente
Carmen Moreno. Directora
Tel.: 924 388 688
Fax: 924 303 503
E-mail: info@cooperativasextremadura.es
www.cooperativasextremadura.es

URCACYL, Unión Regional de Cooperativas Agrarias de Castilla y León

C/ Hípica, 1, Entresuelo
47007 Valladolid
Fernando Antúnez. Presidente
Jerónimo Lozano. Director
Tel.: 983 239 515
Fax: 983 222 356
E-mail: urcacyl@urcacyl.es
www.urcacyl.es

UCA, Unión Regional de Cooperativas Hortofrutícolas de Canarias

C/ Bodegas, 4, Portal 3, 1º B
38002 Sta. Cruz de Tenerife
Juan José del Pino. Presidente
Carmen Rosa Hernández. Directora
Tel.: 922 278 611
Fax: 922 280 321
E-mail: ucagerencia@gmail.com



www.agroalimentacion.coop

el portal de los productos cooperativos

Entra y entérate de cosas como...

9 RAZONES POR LAS QUE COMPRAR PRODUCTOS COOPERATIVOS

- 1 Por su calidad
- 2 Son garantía de seguridad y confianza
- 3 Posibilitan mercados más transparentes
- 4 Son productos innovadores
- 5 Cuidan el medio ambiente
- 6 Contribuyen al desarrollo de nuestros pueblos
- 7 Generan empleo en las zonas rurales
- 8 Acercan la innovación a las zonas rurales
- 9 Mejoran la calidad de vida

