cooperativas
agro-alimentarias
España

Cooperativas Agro-alimentarias a la Ministra:

La PAC debe fomentar la concentración de la oferta

14
Tres nuevas EAPs reconocidas: Indulleida, Ibercom y Oviaragón

16
Estaciones de Servicio de Cooperativas, un modelo legal y de servicio al medio rural

20
Jornada de debate en Madrid: ¿Hacia una PAC más verde?

56
Aceite de Oliva: España marca la pauta en el mercado

somos futuro
3€ | N.33 | ene-mar2017 | www.agro-alimentarias.coop
Cooperativas Agro-alimentarias de España N.33 | ene-mar2017

Cosecha **2017**

Seguro para

Explotaciones de Uva de Vino

agroseguro

Más que un seguro

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

La PAC, una política para el conjunto de la sociedad europea

En el momento de redactar este editorial arranca formalmente en España el debate sobre la futura PAC posterior a 2020, mediante una jornada organizada por el MAPAMA en la que participaron además del comisario, la ministra y altos cargos de los países de nuestro entorno, los consejeros de Agricultura de todas las CC. AA. y los principales representantes del sector, entre ellos nuestro presidente, Ángel Villafranca.

Aunque pudiera parecer prematuro iniciar este debate cuando apenas acabamos de implantar la PAC actual, lo cierto es que entre elecciones en los principales países europeos (Francia y Alemania, entre otros, a lo largo de este año), las elecciones al Parlamento Europeo (mayo de 2019) y el cambio de la actual Comisión de la UE, el calendario se presenta bastante más apretado que en otras ocasiones, sin olvidar que en paralelo, se debe adoptar un acuerdo sobre el presupuesto de la UE para el periodo 2020-2027 y hacer frente al Brexit, entre otras cuestiones que influirán de manera importante en la futura PAC.

En **Cooperativas Agro-alimentarias de España** también hemos iniciado nuestras reflexiones sobre cómo debe ser la futura PAC. En estos momentos, hay muchas incertidumbres políticas y presupuestarias, pero nosotros tenemos claros los objetivos. Nosotros somos la organización de las cooperativas, es decir, de las empresas creadas por los propios agricultores para mejorar sus resultados económicos en el sector agroalimentario y mejorar su calidad de vida. Y ese propósito tiene carácter permanente y marca nuestra actuación.

La PAC es la principal política que gestiona el sector agroalimentario, del que formamos parte como actores principales. Y esta política es mucho más que una política para el campo y el mundo rural, siendo éstos importantes. La PAC es una política para el conjunto de la sociedad europea.

El sector agroalimentario es el responsable de la alimentación de la sociedad. Gracias a la PAC, la sociedad europea puede disfrutar de una extraordinaria variedad de alimentos, con los estándares de seguridad alimentaria más elevados del mundo. El modelo de producción de la Unión Europea, extraordinariamente exigente en materia de seguridad alimentaria y bienestar animal, pone a disposición de los ciudadanos europeos y de otras partes del mundo la mejor y mayor oferta de alimentos del mundo, a unos precios asequibles.

Pero además, el sector agroalimentario es un motor económico de la UE, y particularmente de España. El conjunto del sistema (producción agraria, comercio, industria alimentaria, distribución y comercio exterior) aportaron en 2015 la cifra de 108.000 millones de euros, lo que representa un 10,05% del Producto Interior Bruto, solo por detrás del sector turismo (11,46% del PIB). Por lo que se refiere al empleo, el conjunto de la cadena agroalimentaria proporciona alrededor del 12% de la población ocupada española. Se trata por tanto, de un sector líder desde el punto de vista económico, cuya balanza comercial crece año tras año, lo que demuestra su capacidad competitiva.

Pero también el sector agroalimentario es el principal actor sobre el territorio, especialmente el rural, que representa más del 80% del total. En efecto, el sector agroalimentario, y de forma especial, el agrario, constituyen el principal elemento de gestión del territorio, con todas sus implicaciones demográficas y medio ambientales. La actividad económica que se desarrolla en el medio rural es responsable del mantenimiento de la población en ese territorio y de la conservación de los recursos naturales merced a las exigentes obligaciones medioambientales de la agricultura, la ganadería y la agroindustria.

Todas estas importantes cuestiones se ven directamente afectadas por la actividad del sector agroalimentario, y la política que se ocupa de este sector es, principalmente, la PAC. Por último, nos gustaría destacar otro aspecto más. La PAC es la principal política común de la Unión Europea. Puede decirse que nació con el propio proyecto europeo y se ha mantenido como la principal y casi única política común durante los 60 años de historia del proyecto europeo. Y en estos momentos de dudas y de desconfianza en las instituciones, también en las de la UE, la PAC debe seguir jugando el papel de contribuir a consolidar un proyecto europeo renovado que satisfaga las aspiraciones de sus ciudadanos.

Por todo ello, creemos que estamos en el momento de hacer valer la contribución de nuestro sector al bienestar del conjunto de la sociedad y de hacer ver a nuestros responsables políticos que Europa sigue necesitando una PAC fuerte, para poder seguir disfrutando de nuestro modelo de sociedad, que a pesar de las innegables dificultades, sigue estando en el nivel más elevado de bienestar ■

03 EDITORIAL

La PAC, una política para el conjunto de la sociedad europea

10 PRIMER PLANO

Cooperativas Agro-alimentarias de España pide una PAC que fomente la concentración de la oferta y defienda a los productores en el mercado

La Ministra reconoce oficialmente a Indulleida, Ibérico de Comercialización y Oviaragón como EAPs

Estaciones de Servicio de las Cooperativas, un modelo legal y de servicio al medio rural

¿Hacia una PAC más verde? Comienza el debate

CaixaBank y Cooperativas Agro-alimentarias de España firman un convenio para facilitar el acceso de financiación a las cooperativas

24 UE/INTERNACIONAL

Razones por las que apoyar el CETA

La CE prioriza los programas múltiples, en mercados exteriores y que resalten el valor añadido europeo

España incrementa sus exportaciones agroalimentarias a China un 48% en 2016

34 EMPRESAS

Cooperativa de Benaguasil, innovar para llegar más lejos

Dcoop desarrolla el aprovechamiento de pulpa de aceituna para alimentación animal

Nace Vidasol, grupo comercializador integrado por las cooperativas El Progreso y Los Pozos

42 FEDERACIONES

Próximo plan: una excursión por las cooperativas valencianas

AGACA presenta EuroDairy, una red europea para el progreso del sector lácteo

Los Alimentos de Aragón estarán presentes en ALIBABA

45 IGUALDAD

Jerónima Bonafé expone ante la FAO el papel de las cooperativas en el empoderamiento de las mujeres rurales

entrevista 08

Miguel Rodríguez de la Rubia,
Director Banca de Empresas de Economía Social y Agroalimentario de **Cajamar Caja Rural**

46 MEDIO AMBIENTE Y ENERGÍAS RENOVABLES

El proyecto SUCELLOG da apoyo a 63 agroindustrias para convertirse en centros de biomasa

SIGFITO comienza con la Operación Reciclaje

48 CALIDAD E INNOVACIÓN

Creado el Foro de Participación Sectorial de Calidad Diferenciada

La COGECA convoca el Premio Europeo a la Innovación Cooperativa

50 GANADERÍA

¿De dónde viene esta leche? Etiquetado obligatorio del origen de la leche y productos lácteos

54 FRUTAS Y HORTALIZAS

Los Acuerdos UE-Marruecos no eran ni son aplicables al territorio del Sáhara Occidental… ¿Lo serán en el futuro?

56 ACEITE DE OLIVA

La baja producción mundial deja a España como máximo referente del mercado

60 VINO

Luz verde a los programas nacionales de apoyo al sector vitivinícola

62 SEGUROS

Seguro para Explotaciones de Uva de Vino, una herramienta eficaz para el viticultor

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 y Pilar Galindo

EQUIPO TÉCNICO COOPERATIVAS AGRO-ALIMENTARIAS DE ESPAÑA
José Cardona, Emma Castro, Paula Kreisler, Juan Corbalán, Antonio Catón, Jesús Gustrán, Javier Lara, Fernando de Antonio, Juan Sagarna, Cristina Garrido, Susana Rivera, Gabriel Trenzado, Victorio Collado, Irene Cerezo, Patricia de Almandoz y Carmen Martínez

COORDINACIÓN
Nerea Lerchundi, Pilar Galindo y Aurora García

PUBLICIDAD COOPERATIVAS AGRO-ALIMENTARIAS DE ESPAÑA
Agustín de Betancourt, 17, 4ª pl.
28003 Madrid
Tel.: 91 535 10 35
Fax: 91 554 00 47
e-mail:
galindo@agro-alimentarias.coop

DISEÑO Y PRODUCCIÓN
Grow Comunicación

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

cooperativas agro-alimentarias
España

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
Felipe Gómez. 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/ Ulldecona, 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

FCAE, Federación de Cooperativas Agroalimentarias 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@euskadi.coop
www.euskadi.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

FECOAR, Federación de Cooperativas Agrarias de La Rioja
C/ Estambrera, 42, Bajo
26006 Logroño
Fernando Ezquerro. Presidente
José Manuel Madorrán. 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 Arnandis. 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
Manuel Morcillo. Presidente
Jesús Pérez. Director
Tel.: 915 547 994
Fax: 914 459 379
E-mail: cdtucam@hotmail.com

Cooperativas Agro-alimentarias de Castilla-La Mancha
Avda. de Criptana, 21
13600 Alcázar de San Juan
(Ciudad Real)
Ángel Villafranca. Presidente
José Luis Rojas. Director
Tel.: 926 54 52 00
Fax: 926 545 208
E-mail: cooperativas@agroalimentariasclm.coop
www.agroalimentariasclm.coop

Cooperativas Agro-alimentarias de Navarra
Avda. de Zaragoza, 21, 1º Dcha.
31003 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
C/ Siglo XX, 26, Bajo
33208 Gijón (Asturias)
Arturo Gancedo. Presidente
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
Emilio Torres. Director
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, 3, Entresuelo
47007 Valladolid
Gabriel Alonso. 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

Miguel Rodríguez de la Rubia
Director Banca de Empresas de Economía Social y Agroalimentario de Cajamar Caja Rural

> *"Cajamar es la entidad de referencia natural de las cooperativas agroalimentarias"*

Cajamar siempre destaca que su ADN es Agro y que la trayectoria de la entidad ha ido ligada al desarrollo de las zonas agrarias. ¿Cómo ve al sector agroalimentario y cuáles son sus principales retos?

El sector agroalimentario es clave en la economía española en términos de valor y empleo. Nuestra agricultura es líder y cuenta con empresas entre las más competitivas del panorama mundial, muchas de ellas de base cooperativa. No obstante, sigue presentando una estructura y producción muy diversa. Buena parte de ellas registran un nivel de modernización notable, como las frutas y hortalizas, el olivar, el viñedo, el porcino y la avicultura. Del otro lado, nos encontramos con ramas de actividad y con estructuras productivas y comerciales que están sometidas a gran presión y requieren de unos cambios enormes a corto plazo para no ser expulsadas del mercado. Precisamente uno de los mayores retos que tiene el sector agroalimentario español es su industria de transformación, que tiene que incrementar el valor añadido que incorpora a las producciones agrarias.

Apostamos por procesos de integración que permitan ganar el tamaño necesario para abordar proyectos a largo plazo

En definitiva, es imprescindible que toda la cadena sea fuerte y competitiva. Frente a la idea de enfrentamiento y de acaparamiento del valor por parte de cada uno de los eslabones, hay que pensar en términos de colaboración y de relaciones estratégicas a largo plazo. Es necesario que tengamos los mejores agricultores, las mejores cooperativas, para poder contar con las mejores industrias. Para todo ello, apostamos por procesos de integración que permitan ganar el tamaño necesario para abordar este tipo de proyectos.

¿Qué representa el sector agroalimentario en Cajamar?

El sector agroalimentario es una de las piedras angulares de nuestro modelo de negocio. No solo por nuestros orígenes, tan vinculados a los pioneros de la moderna agricultura y comercial en España, sino sobre todo por nuestra realidad presente y nuestra visión de futuro. Porque estamos convencidos de su potencial como motor de crecimiento sostenible para España, fuera de los ciclos especulativos de otras épocas que todavía nos siguen pasando factura en nuestro país.

Las empresas y las cooperativas agroalimentarias solo ganan dinero invirtiendo bien y financiándose bien, por eso entendemos que detrás de un sector productor y de una industria agroalimentaria potente con vocación exportadora siempre hay gran cooperativa de crédito especializada, que comparta esas mismas inquietudes y que les acompañe en todos sus proyectos.

En Cajamar, de acuerdo con nuestra visión y a nuestra estrategia, tenemos la vocación de seguir siendo la cooperativa de crédito de referencia en España y continuar trabajando para consolidar nuestro liderazgo en la financiación al sector agroalimentario, con una cuota de mercado de aproximadamente el 15%. Y muy en particular al sector cooperativo, a las empresas exportadoras, a los productores, a los agricultores y a toda la economía productiva que hay detrás de todos ellos.

Ese es el espacio que queremos ocupar, asemejándonos a nuestros vecinos europeos. Mientras otras entidades miran con recelo al medio rural, nosotros apostamos por seguir extendiendo nuestra red de oficinas en aquellos territorios especialmente dinámicos en actividad agroalimentaria como Andalucía Occidental, Extremadura, Castilla-La Mancha, Aragón, La Rioja, Navarra, Galicia y Asturias, que se suman a aquellos otros en los que ya contamos con una notable implantación como Andalucía Oriental, Murcia, Comunidad Valenciana, Castilla y León, Canarias y Baleares.

Somos la única caja rural española de ámbito nacional, y trabajamos cada día para que se nos perciba como a los máximos expertos en el sector, y muy especialmente en el mundo cooperativo, de forma que cuando alguien piense en agro piense directamente en Cajamar.

Disponen de una serie de líneas especiales de financiación para cooperativas y socios, ¿cuáles son las más demandadas? ¿qué novedades tienen en este momento?

En Cajamar estamos convencidos de que en el mundo actual una cooperativa, si quiere mantener su capacidad de competir en el mercado, debe aspirar a funcionar como cualquier otra empresa. Y hablamos con conocimiento de causa, como entidad líder del cooperativismo de crédito en España durante los últimos treinta años. Ahora bien, la complejidad del negocio agroalimentario, formado por numerosos subsectores, con ritmos, volúmenes y períodos de amortización muy distintos, y las diferentes necesidades de cada uno de los agentes que intervienen en el mismo -desde el pequeño agricultor, la pyme familiar y la cooperativa a la industria de transformación, auxiliar y de servicios-, nos exige ser muy flexibles en nuestra cartera de productos y adaptarnos en tiempo real a la velocidad creciente de los cambios que se están produciendo en los últimos años.

En Cajamar tenemos una amplísima experiencia en proveer al sector de productos y servicios a medida, con soluciones que recogen la totalidad de los requerimientos. Nuestra cartera de productos especializados dirigidos a las cooperativas y sus socios, dentro de nuestra línea de negocio 'De cooperativa a cooperativa', comprende todas las necesidades que se le pueda plantear al empresario del siglo XXI en el marco de la sociedad digital: 'agroconfirming', anticipos, seguros, liquidez, medios de pago y servicios, 'leasing', inversiones, 'e-commerce' y, por supuesto, líneas de incidencias climatológicas extremas y de fomento del relevo generacional en el campo.

Por otra parte, en abril de 2016 pusimos en marcha nuestra 'Plataforma Internacional ADN AgroFood', que ofrece a las pymes y cooperativas del sector, además de todos los productos a los que antes he hecho referencia, una línea de servicios integrales de alto valor prestados por 14 empresas especializadas en servicios internacionales.

La innovación es sin duda una de las apuestas de Cajamar con el sector, defienden la trasferencia del conocimiento para crear valor añadido, ¿en qué líneas están trabajando?

Uno de los objetivos fundamentales de Cajamar es el fomento de la innovación agroalimentaria mediante la transferencia de conocimiento y tecnología al sector. La agricultura del futuro ya es una realidad y procuramos ayudar a que nuestros socios y clientes se adapten lo más rápidamente posible al nuevo paradigma.

En nuestros centros experimentales de Almería y Valencia se desarrollan proyectos de investigación aplicada en colaboración con instituciones y universidades de todo el mundo, lo que nos sitúa como referencia internacional en agricultura mediterránea desde hace más de 40 años. La renovación de las estructuras de producción, la búsqueda permanente de variedades y manejos más productivos, la gestión responsable del agua, las nuevas aplicaciones de la biotecnología, la búsqueda de la eficiencia energética y los vínculos entre alimentación y salud son nuestras principales líneas de trabajo.

En resumen, desde Cajamar entendemos que hay cuestiones que serán importantes para la productividad, la competitividad y el futuro de este sector y de las cooperativas, como el binomio alimentación y salud (no producimos hortalizas, aceite, vino, leche o fruta; producimos alimentos y vendemos salud); la formación específica, la importancia del capital humano y el relevo generacional, la energía, el agua, los sistemas de información, la transformación digital, la ciencia aplicada, y un largo etcétera. Los recursos disponibles serán cada vez más escasos, subirán de precio y necesariamente habrá que invertir en ellos. Avanzamos hacia mercados de oferta y no de demanda, e hiperconectados a través de la tecnología.

¿Cómo valora la colaboración con Cooperativas Agro-alimentarias de España?

Venimos colaborando con **Cooperativas Agro-alimentarias** desde hace muchos años, tanto con confederación nacional como con las diferentes federaciones regionales y provinciales. Trabajando conjuntamente hemos diseñado productos y servicios financieros exclusivos para sus asociados, y hemos organizado decenas de jornadas de formación y debate por todo el pais sobre los problemas del sector agroalimentario. Coincidiendo con el VII Congreso Nacional de 2015 en Valencia firmamos un acuerdo marco de colaboración que vino a institucionalizar formalmente nuestras relaciones de tantos años. Además, hay que recordar que el presidente de Cajamar, Eduardo Baamonde, elegido por nuestra Asamblea General en abril del año pasado, fue durante quince años director general de **Cooperativas Agro-alimentarias de España**.

Nuestra relación es, por tanto, más que fluida y enriquecedora para ambas partes. Somos agentes complementarios, y en las economías más avanzadas detrás de una gran cooperativa agroalimentaria siempre hay una gran cooperativa de crédito. Por eso, por nuestra naturaleza igualmente cooperativa, nos sentimos muy cómodos colaborando con vosotros. Hablamos el mismo idioma, trabajamos a pie de campo y nos mueven los mismos intereses. Con más de 4 millones de clientes en 42 provincias, lideramos el sector de las cajas rurales en España y nos hemos situado entre las entidades y grupos bancarios significativos de nuestro país, sobre todo tras la reciente reestructuración del sistema financiero y la bancarización de las cajas de ahorros.

Cajamar atiende diariamente a más de 3.000 cooperativas en toda España, muchas de las cuales lideran los rankings de facturación e internacionalización. Ese es nuestro ADN Agro al que se hacía referencia al principio de la entrevista. En Cajamar, como caja rural, no somos una entidad que acabe de llegar al sector en busca de negocio o rentabilidades con una visión cortoplacista. Nuestra historia cooperativa al servicio del medio rural y del cooperativismo es centenaria y estrechamente ligada al devenir del sector agroalimentario. Un compromiso firme y permanente, que renovamos cada día con mucha más fuerza. Estuvimos ayer, estamos hoy y estaremos mañana, contribuyendo así a poner de relieve la extraordinaria importancia que tienen las cooperativas y este sector en el presente y futuro de la economía española ■

Encuentro con la ministra, Isabel García Tejerina

Cooperativas Agro-alimentarias de España pide una PAC que fomente la concentración de la oferta y defienda a los productores en el mercado

El Consejo Rector de **Cooperativas Agro-alimentarias de España** mantuvo una reunión el pasado 16 de febrero con la ministra de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, Isabel García Tejerina. Durante el encuentro se realizó un balance de la aplicación de la Ley de Integración Cooperativa, se analizó el futuro de la PAC, el acceso a nuevos mercados, y los seguros agrarios, entre otros temas. Una reunión positiva que pone de manifiesto la fluidez de la interlocución de Cooperativas Agro-alimentarias y el MAPAMA.

Isabel García Tejerina y su equipo junto al Consejo Rector de **Cooperativas Agro-alimentarias de España**.

Es la segunda ocasión en la que en esta nueva legislatura Isabel García Tejerina se reúne con **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, la anterior fue el pasado 7 de diciembre, en un encuentro con Ángel Villafranca y Agustín Herrero, presidente y director general, respectivamente, de **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, en la que se realizó un balance de la legislatura anterior y se esbozaron los retos de la que comenzaba. En este caso, la reunión se ha extendido a todos los miembros del Consejo Rector de **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, con el fin de acercar a los máximos responsables del Ministerio los retos y necesidades de las diferentes producciones y zonas productoras.

La Ley de Integración marcó gran parte del debate, como recordó Ángel Villafranca el objetivo estratégico de la Organización es fomentar la integración cooperativa de la forma más eficiente posible. Villafranca señaló que hasta el momento se habían reconocido 5 Entidades Asociativas Prioritarias (actualmente 7), que agrupan a 244 cooperativas, más de 117.000 agricultores y que facturan más de 1.771 millones de euros.

> La nueva PAC debe apoyar las inversiones que mejoren la competitividad y diseñar unos instrumentos de gestión de mercados públicos y privados para prevenir la volatilidad

El presidente de **Cooperativas Agro-alimentarias de España** señaló que la experiencia de estos dos años con EAPs ya reconocidas, las iniciativas en materia de integración cooperativa de varias Comunidades Autónomas y el sentir que recogemos de nuestras relaciones con las principales cooperativas españolas, nos lleva a solicitar ahora la flexibilización de los criterios de reconocimiento para permitir un mayor grado de integración de cooperativas, que pese a tener dimensión y relevancia no alcanzan los requisitos establecidos para ser reconocidas como EAPs. "Especialmente las sectoriales -matizó el presidente de **Cooperativas Agro-alimentarias de España**- donde se observan importantes oportunidades de aprovechamiento de sinergias, economías de escala, contribución al ordenamiento y vertebración de la oferta, y corrección de los inconvenientes que provocan la excesiva atomización del cooperativismo agroalimentario".

En concreto, **Cooperativas Agro-alimentarias de España** ha propuesto al Ministerio la consideración de los acuerdos intercooperativos estables como fórmulas de integración; la revisión de las cifras de volúmenes mínimos de facturación para adaptarlas a la realidad actual; la creación de nuevas categorías de productos o agrupaciones de productos; la flexibilización del criterio supraautonómico; la obligación de comercialización conjunta, según se establezca en los estatutos o se acuerde por los órganos competentes de la cooperativa; y la incorporación del requisito que evidencia la tendencia integradora. Asimismo, se apeló al Ministerio sobre la necesidad de impulsar medidas de discriminación positiva para la integración en el ámbito autonómico.

Reforma de la Política Agraria Común

En cuanto a la reforma de la PAC, desde **Cooperativas Agro-alimentarias de España** se apoya una PAC sólida y adaptada a los retos del mercado, que fomente la concentración de la oferta en cooperativas u organizaciones de productores, (OPs) de carácter empresarial para reequilibrar la cadena agroalimentaria y trasladar un mayor porcentaje del valor añadido a los productores. Tal y como destacó Ángel Villafranca, "la nueva PAC debe continuar apoyando las inversiones que mejoren la competitividad, diseñar unos instrumentos de gestión de mercados públicos y privados para prevenir la volatilidad, y adaptar la interpretación de las normas de competencia a la realidad del sector agroalimentario".

Para **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, las ayudas de la PAC deben destinarse a aquellos que generan una actividad real en el ámbito agrario. La orientación de las ayudas comunitarias destinadas al sector de las frutas y hortalizas (ayudas a los Programas Operativos de las OPFH) cofinanciadas, finalistas, orientadas a mejorar la posición del agricultor en la cadena y destinadas "al que hace" y no "al que es", debería ser un ejemplo exportable a otros sectores.

Desde **Cooperativas Agro-alimentarias de España** defendemos el mantenimiento del presupuesto de la PAC. Somos conscientes de que en la futura PAC Reino Unido ya no formará parte de la Unión Europea, hasta el momento presente uno de los contribuyentes netos del presupuesto de la UE, pero es cierto que disfrutaba de una serie de compensaciones económicas que una vez consumado el Brexit, ya no habrá que atender. Por ello es necesario y razonable defender un montante presupuestario ajustado, pero que puede y debe mantener el nivel actual.

Tal y como señaló Villafranca, la nueva PAC debe reforzar los actuales mecanismos de regulación y gestión de los mercados. Complementariamente, se debe avanzar en el autocontrol y coordinación del sector, a través de Organizaciones de Productores e Interprofesionales, con suficiente seguridad jurídica para los operadores, para lo cual se

necesita adaptar el derecho de la competencia al sector agroalimentario.

Ángel Villafranca trasladó a la Ministra la necesidad de reflexionar sobre la figura de las OPs. **Cooperativas Agro-alimentarias de España** defiende unas OPs que permitan vertebrar el sector, concentrar efectivamente la oferta, comercializar los productos reforzando la posición de los productores en la cadena alimentaria, captar el mayor valor añadido posible, y a la vez, ayudar a mejorar la eficiencia productiva de los agricultores y ganaderos asociados. Como medida de fomento de la concentración de la oferta, **Cooperativas Agro-alimentarias de España** propone la creación de un pago asociado específico.

> Como medida de fomento de la concentración de la oferta, Cooperativas Agro-alimentarias propone la creación de un pago asociado específico

También durante la reunión se expusieron algunas cuestiones sectoriales a considerar en la futura PAC como el mantenimiento del régimen de Frutas y Hortalizas y los programas de apoyo al Vino, así como la apuesta por OP en el sector lácteo con un carácter más empresarial, entre otros temas.

Villafranca recordó durante la reunión que el 30% de la facturación de las cooperativas procede de las exportaciones, por ello es necesario que la UE actúe como una entidad única a la hora de abrir nuevos mercados. Asimismo, solicitó a la Ministra que defienda en la UE la protección sanitaria ante posibles invasiones o infecciones causadas por los productos importados y que se cumpla en todos los casos la normativa comunitaria. "No se trata de un planteamiento proteccionista, añadió, sino de un peligro real, tal y como ha ocurrido con la Xylella Fastidiosa en Italia, y más reciente en las Islas Baleares, y cuyo riesgo de extensión no ha desaparecido y supondría un autentico desastre productivo y comercial para nuestro sector".

La gestión del riesgo debe ser un objetivo prioritario

Otro de los temas planteados fueron los seguros agrarios. Para **Cooperativas Agro-alimentarias de España** la política de gestión del riesgo debe constituir un objetivo estratégico prioritario dentro del marco presupuestario a todos los niveles, regional y estatal. Por ello, **Cooperativas Agro-alimentarias de España** ha solicitado un incremento adecuado de esta partida dado que los beneficios y ahorros que genera justifican ampliamente la inversión pública.

Los representantes del Consejo Rector señalaron que las medidas de inversión en innovación serán fundamentales para la adaptación y modernización del sector, y las cooperativas agroalimentarias son empresas que pueden asegurar por su naturaleza la aplicación de las innovaciones en toda la cadena, desde la producción hasta la comercialización, generando una transferencia del conocimiento eficiente en todas las áreas. La innovación y adaptación del sector serviría, además, para atraer talento y jóvenes productores al sector.

Incentivar a los jóvenes e impulsar el papel de la mujer

Para **Cooperativas Agro-alimentarias de España** es fundamental hacer un esfuerzo e incentivar la incorporación de jóvenes, así como impulsar un papel mayor de la mujer en la producción y gestión en nuestras empresas. Es posible realizar esfuerzos en la incorporación de jóvenes a través de adaptación de la normativa, exenciones fiscales, una menor burocracia y, sobre todo, que estos incentivos o impulsos no se pierdan cuando los jóvenes se integren en entidades colectivas como las cooperativas de explotación comunitaria de la tierra, que hemos solicitado modificar en el marco de la simplificación de la PAC (Reglamento Omnibus).

Al término de la reunión, Ángel Villafranca entregó un completo dossier a la Ministra que recoge la postura de **Cooperativas Agro-alimentarias de España** en diversos temas como la cadena alimentaria, el agua, el papel del cooperativismo en el futuro del mundo rural o las tarifas eléctricas.

Cooperativas Agro-alimentarias de España ha solicitado que se aumente la capacidad de actuación de la AICA con el fin de terminar con los comportamientos abusivos en la cadena y que en esta legislatura se avance en el concepto de venta a pérdidas y en la línea de poder hacer públicas las sanciones firmes por incumplimientos de la Ley. Con respecto al agua es necesario lograr un gran pacto nacional del agua, para alcanzar un uso más eficaz, solidario e integrado y atender a las demandas de las cuencas deficitarias y cumplir los compromisos políticos y jurídicos con la UE, dotando al sistema de estabilidad económica-financiera.

Respecto a las tarifas eléctricas, se trasladó a la Ministra que con la derogación del RD 1578/2008, se han endurecido los contratos provocando que las cooperativas estén perdiendo alrededor de dos millones de euros anuales, sin contar con el coste de las inversiones realizadas, según el estudio de impacto realizado por **Cooperativas Agro-alimentarias de España** en septiembre de 2016. El documento también recoge las principales propuestas sectoriales de **Cooperativas Agro-alimentarias de España** ■

Aumentemos la producción de alimentos sin utilizar más recursos.

syngenta

the good growth plan

Hay 7000 millones de personas en el mundo y cada año se suman 80 millones más. Está claro que necesitamos producir más alimentos. No obstante, también debemos proteger ecosistemas que son vitales para la salud de nuestro planeta. Como una de las principales compañías agrícolas del mundo, Syngenta ayuda a los agricultores a producir más sin necesidad de cultivar más tierras. En el marco de The Good Growth Plan, nos comprometemos a mejorar la productividad promedio de los principales cultivos del mundo en un 20% y a aumentar la biodiversidad en cinco millones de hectáreas de tierras cultivables. Para ello estamos dispuestos a trabajar con productores, gobiernos, ONG y todos aquellos que comparten nuestros objetivos. Les invitamos a seguir nuestros avances en www.goodgrowthplan.com

© 2015 Syngenta AG, Basilea, Suiza. Todos los derechos reservados. La identidad gráfica de SYNGENTA y THE GOOD GROWTH PLAN son marcas registradas de Syngenta Group Company. www.syngenta.com

La Ministra reconoce oficialmente a **Indulleida, Ibérico de Comercialización y Oviaragón** como EAPs

Actualmente ya existen seis entidades reconocidas como EAPs, que en su conjunto agrupan a más de 118.000 socios, con más de 240 entidades de base en diez Comunidades Autónomas.

La ministra de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, Isabel García Tejerina, presidió el pasado 14 de febrero en la sede del Ministerio, el acto de entrega del reconocimiento a tres nuevas Entidades Asociativas Prioritarias: Indulleida, S.A.; Ibérico Comercialización S.C.L.; y Oviaragón S.C.L.; lo que supone un gran paso en aplicación de la Ley de Integración Cooperativa y de otras Entidades Asociativas Prioritarias.

Para la ministra, «estas tres entidades son el mejor ejemplo de que es posible alcanzar los objetivos que se marcó el Ministerio cuando impulsó la citada ley, es decir, impulsar un modelo cooperativo profesionalizado, con dimensión relevante para producir y comercializar a escala global y, por lo tanto, generar más valor, empleo y riqueza».

«Nos queda mucho camino por recorrer para favorecer la integración de los primeros eslabones de la cadena alimentaria, pero tenemos el claro compromiso de hacerlo, por parte de todas las Administraciones», destacó la ministra, quien especificó que actualmente hay en marcha el reconocimiento de más EAPs con las que el Ministerio está trabajando.

En su intervención, García Tejerina destacó la labor y liderazgo de estas tres entidades en ámbitos especialmente relevantes para nuestro sector agroalimentario como son los transformados hortofrutícolas (Indulleida), el porcino ibérico (Ibérico de Comercialización) y el ovino de leche y carne (Oviaragón).

Indulleida

Indulleida S.A. ha sido reconocida para transformados hortofrutícolas. Se trata de una empresa formada por cooperativas de primer y segundo grado, líder en Europa, con un fuerte carácter exportador. Cuenta con las aportaciones de 1.376 socios productores distribuidas por Cataluña, Aragón, Navarra, La Rioja y Extremadura, con un nivel de facturación superior a los 70 millones de euros.

El presidente de Indulleida, Josep María Vendrell, destacó que el grupo engloba a 170 empresas de España y del sur de Francia y que exporta a más de 60 países. Además, la innovación es una constante en el grupo, que ha desarrollado hasta la fecha más de 30 productos de investigación. Entre las prioridades de financiación, Josep María Vendrell apuntó la necesidad de una mayor ayuda para la contratación de seguros agrarios. «Este reconocimiento nos anima a renovar la ilusión de nuestros agricultores», concluyó.

Ibercom, Ibérico de Comercialización

Reconocida para porcino, Ibérico Comercialización S.C.L. (Ibercom) es una sociedad cooperativa ganadera fundada en 1999, que cuenta con más de un centenar de socios productores en Extremadura, Andalucía y Castilla y León. Según su presidente, Juan Alonso Barrena, la cooperativa consiguió un aumento de un 42% en los ingresos del año pasado y alcanzó una facturación superior a los 65 M/€.

Juan Alonso Barrena señaló que el reconocimiento de EAP les permitirá mejorar la competitividad tanto en el mercado interior como internacional. «Es un paso más para el posicionamiento en el mercado del grupo, que representa un 5% de la producción nacional de ibérico y es la primera cooperativa en este segmento ganadero», añadió.

Juan Alonso Barrena recogiendo el reconocimiento, que permitirá mejorar la competitividad de Ibercom.

Oviaragón

Oviaragón S.C.L. ha sido reconocida para ovino de leche y carne. Se trata de una cooperativa de primer grado de larga trayectoria que incluye a 753 socios cooperativistas que desarrollan su actividad en nueve Comunidades: Aragón, Andalucía, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Comunidad Valenciana, Islas Baleares, Navarra, Cataluña y La Rioja, con una facturación de casi 53 M/€.

El director de Oviaragón, Francisco Marcén, destacó tras recoger el reconocimiento la presencia del grupo en más de 12 países, así como la apuesta por el desarrollo social de un sector cárnico «en grave peligro de extinción». Además, Marcén indicó que «estamos trabajando para combinar la transformación y la producción con la innovación y las nuevas tecnologías; el futuro del sector es conseguir unas ganaderías más viables y con mayor rentabilidad. Para ello hemos desarrollado más de 20 proyectos de I+D+i, porque queremos llegar a otros países con un producto transformado, con más valor añadido, y no solo con producto vivo», explicó.

A día de hoy ya existen seis entidades reconocidas como EAPs, que en su conjunto agrupan a más de 118.000 socios, con más de 240 entidades de base en diez comunidades autónomas, y una facturación superior a los 1.800 M/€.

Josep María Vendrell, de Indulleida, apeló a mayores ayudas para la contratación de seguros en el sector hortofrutícola.

Apoyo a las EAPs

García Tejerina resaltó que este reconocimiento facilita el acceso a un conjunto de nuevas posibilidades de apoyo. En concreto, permite acceder a los fondos nacionales o de las Comunidades Autónomas previstos para el fomento de la integración asociativa. En este sentido, las herramientas principales se contemplan dentro del Programa Nacional de Desarrollo Rural 2014-2020 que forma parte del Plan Estatal de Integración Asociativa para 2015-2020. Se trata de medidas que abordan el apoyo a la formación, inversiones, información y demostración, y cooperación en materia de eficiencia energética y de uso de biomasa. También subrayó que la dotación de FEADER para el conjunto de medidas es de más de 100 M/€ para todo el periodo (2014-2020), que junto a la financiación nacional superan los 200 M/€.

En este sentido, García Tejerina apuntó que el Ministerio ya puso en marcha este tipo de ayudas en 2016 y, recientemente, ha hecho lo propio para las correspondientes a 2017.

Por último, García Tejerina reiteró el compromiso del Ministerio para lograr un nuevo modelo cooperativo, competitivo, innovador y multisectorial, que vertebre el territorio y contribuya al sostenimiento y desarrollo de la economía del país ■

Francisco Marcén destacó la importancia de la innovación para el mantenimiento del sector ovino.

El secretario general de Agricultura, Carlos Cabanas, Isabel García Tejerina y el director general de la Industria Alimentaria, Fernando Burgaz, junto a los responsables de las tres EAPs.

Estaciones de Servicio de las Cooperativas, **un modelo legal y de servicio** al medio rural

Las Cooperativas agroalimentarias españolas llevan distribuyendo carburantes desde hace 30 años. Se trata de Estaciones de Servicio pequeñas o medianas, en el área de la Cooperativa, que ofrecen un servicio a la población rural del entorno. Si se obliga a tenerlas atendidas por personal permanente, muchas de ellas se verán obligadas a cerrar. Esta obligación sería, además, ilegal e ineficaz

Las cooperativas agroalimentarias españolas iniciaron la actividad de distribución minorista de carburantes a partir de la Orden de 31 de julio de 1986, del Ministerio de Economía y Hacienda. Hace ya 30 años. En la actualidad, son más de 800 las cooperativas que llevan a cabo dicha actividad, con volúmenes muy centrados en los gasóleos: cerca de 500 millones de litros de gasóleo B o Agrícola (gob), y 460 de gasóleo A o de Automoción (goa). En menores cantidades, unos 40 millones de litros de gasolina (gpr).

El tamaño medio de las Estaciones de Servicio (EE. SS.) de las Cooperativas agroalimentarias es pequeño y mediano, no llegando al millón de litros distribuidos al año, entre sus agricultores socios y no socios del entorno, ubicadas generalmente en el medio rural. Desde Cooperativas Agro-alimentarias mantenemos que si no existiesen estos postes, es probable que nadie intentase colocarlos, por su escasa rentabilidad, en muchos pueblos y comarcas de España, eliminando un importante servicio para la población rural. Es más, muy a menudo, ante el desinterés de otros operadores, abandonando la distribución minorista de carburantes en las zonas rurales, han sido las Cooperativas las que han realizado la inversión necesaria para crear Estaciones que ofrecieran este servicio a sus socios y a la población rural del entorno.

La mayoría de estos postes de distribución de carburantes se ubican en el perímetro de la cooperativa, no haciendo ninguna falta que un trabajador de la misma esté permanentemente dedicado a la atención de los postes. Los agricultores asociados y aquellos no socios que los utilizan hacen directamente el repostaje que necesitan y, si excepcionalmente surgiera algún problema, se pide el apoyo de algún trabajador de la Cooperativa. En **Cooperativas Agro-alimentarias de España** no tenemos memoria de que se hayan producido incidencias de importancia en estos 30 años de operativa.

En esta actividad de distribución minorista, las Cooperativas están reguladas por:

– La vigente Ley 34/1998, de 7 de octubre, del Sector de Hidrocarburos, art. 43.2 y de forma expresa, en su Disposición adicional decimoquinta, con las mismas obligaciones que cualquier otro titular, con independencia de su personalidad y naturaleza jurídica.

- En la Ley 20/1990, de 19 de diciembre, sobre Régimen Fiscal de las Cooperativas, art. 9.2.a), que las permite incluso operar con no socios hasta el 50% de su actividad. En todo caso, en estas operaciones con no socios o terceros, no hay ventaja fiscal pues se sigue el mismo régimen de tributación que las sociedades mercantiles.

– En el Real Decreto 1905/1995, de 24 de noviembre de 1995, art. 3, 1 y 2, permitiendo el punto 1 que distribuyan solo con asociados, o bien a través de instalaciones de venta al público. Obviamente, si solo actúa con socios, no hay ventas.

– El Real Decreto 2201/1995, modificado por el Real Decreto 1523/1999, regulando en materia de competencia estatal como es la de seguridad industrial desarrolla las tres figuras de Instalaciones de venta al público:

- Atendidas: aquélla cuyo suministro al vehículo lo realiza el personal de la propia instalación.

- Desatendida: aquélla en que no existe personal afecto a la instalación y el suministro al vehículo lo realiza el usuario.

- Autoservicio: aquélla en la que en el suministro al vehículo la operación de llenado la realiza el cliente, pero el surtidor es activado por un operario.

Una obligación absurda, ineficaz e ilegal

Pues bien, la inclusión de la obligatoriedad de mantener personal permanente para dar este servicio –habida cuenta, como se apuntaba, que la mayoría de Estaciones de Servicio de las Cooperativas agroalimentarias no tienen personal permanente alguno en esta actividad–, atendido como mínimo por dos turnos diarios, ocasionaría el cierre de un importante número de las mismas, siendo una obligación que el cooperativismo considera absurda, ineficaz e ilegal, atentando contra la Ley 20/2013 de garantía de unidad de mercado, y también contra la legislación cooperativa, tanto sustantiva como fiscal, resultando también incompatible con el Derecho comunitario, existiendo claras restricciones al artículo 49 del Tratado Fundacional de la Unión Europea (TFUE).

Las Asociaciones tradicionales de Estaciones de Servicio están presionando en las CC.AA. para que modifiquen su legislación, exigiendo que haya personal permanente en las Estaciones Desatendidas de las Cooperativas

Y esto es lo que se pretende cuando las Asociaciones tradicionales de las EE. SS. están presionando en las Comunidades Autónomas para que modifiquen su legislación en materia de Consumo, exigiendo que haya personal permanente, suprimiendo así, de facto, a las Estaciones de Servicio Desatendidas reguladas por normas de competencia estatal. Pese a que:

– **ESD, una figura permitida por la ley.** Como acaba de establecer la Sentencia del Tribunal Superior de Justicia de las Islas Baleares, Sala de lo Contencioso Administrativo, de 31 de enero de 2017, se declara nulo el artículo 7º del Decreto autonómico 31/2015, de 8 de mayo, que regula los derechos de las personas consumidoras y usuarias ante la actividad de venta al público al por menor de gasolinas y gasóleos de automoción

Ante el desinterés de otros operadores, han sido a menudo las Cooperativas las que han realizado la inversión para crear Estaciones de Servicio para la población rural

en el territorio de las Illes Balears, en cuanto que dicho artículo exigía que en todas las instalaciones de venta al público de estos productos, mientras permanezcan abiertas y estén en servicio, haya al menos una persona responsable, por cuanto entra en colisión directa con la modalidad de Estación de Servicio Desatendida (ESD) permitida por la normativa sectorial, cuya regulación corresponde al Estado (arts. 1 y 3 de la Ley 34/1988, de 7 de octubre, de Hidrocarburos).

Como se expone en el Fundamento Quinto de la Sentencia: «En la medida en que esa protección al consumidor (la recogida en el artículo 7º del Decreto, declarado ahora nulo) impida el desarrollo y efectivo ejercicio de cualquiera de los modelos autorizados por la normativa estatal de venta al público al por menor (uno de ellos es el de Estación de Servicio Desatendida), es evidente que existe un choque o colisión, y por lo tanto ya no estamos en presencia de competencias concurrentes, sino invasión competencial de una normativa sobre otra».

– **Competencia apoya las ESD.** La posición de las autoridades de Competencia sobre las ESD, tanto la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia en su Informe PRO/CNMC/002/16, de julio de 2016, como el Informe de la Comisión de Defensa de la Competencia de la Generalitat Valenciana, de enero de 2017, son contrarias a la exigencia de obligar a que las ESD incorporen personal permanente, anulando esta figura.

  Incluso, el Informe de la CDC valenciana, advierte sobre eventuales responsabilidades patrimoniales por el establecimiento de barreras injustificadas a la libertad de empresa desarrollada en el marco de la normativa de Hidrocarburos.

– **Empleo.** Las Asociaciones de EE. SS. tradicionales anuncian en los medios de comunicación que las ESD supondrán la pérdida de 60.000 puestos de trabajo. Con ello se atraen el apoyo de los sindicatos. Lo cierto es que, tal como recoge el Informe del Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE) «Los perfiles de la oferta de empleo-2014», el desempleo en el Grupo ocupacional *Expendedores de gasolineras*, pasó de 13.441 unidades en 2004 a 50.851 en 2013. En este periodo no hubo problema con las desatendidas. Quizás ha tenido mucho que ver con esa evolución el

cambio de las Estaciones de Servicio Atendidas hacia la figura de Autoservicio de aquellos años.

– **Acceso para discapacitados.** Se apoyan en Asociaciones de discapacitados en la exigencia de personal permanente, sin tener en cuenta el Informe de la Fundación ONCE y REPSOL YPF, S. A.: «Estaciones de Servicio, accesibles para todas las personas». Es decir, la línea a seguir no debe ser la prohibición de las ESD, sino la de conseguir una accesibilidad adecuada para las personas con dificultades de movilidad. Hay que ser conscientes que en España existían en 2015 matriculados 22.029.512 turismos, de los cuales se encuentran adaptados para ser conducidos por personas con discapacidad 57.000. Es decir, solo un 0,26% de los vehículos que circulan en nuestro país son de personas con discapacidad. Si tenemos en cuenta que hay en España casi 10.000 estaciones de servicio no desatendidas, parece difícil pensar que exista un problema real para que las personas discapacitadas encuentren una estación de servicio en la que ser atendidas.

– **Más baratas para los consumidores.** Pretenden apoyarse también en las Asociaciones de Consumidores. Sin embargo, la OCU ya se ha manifestado a favor de la coexistencia de todas las figuras a efectos de una mayor competencia con la consiguiente bajada de precios. No se entiende el por qué FACUA se alinea con las Asociaciones de EE. SS. tradicionales, evitando que quien quiera pueda obtener precios más competitivos en las ESD.

– **Apoyo del Ministerio de Industria.** El antiguo Ministerio de Industria, Turismo y Comercio ya se manifestó en la Ponencia: «Estado de desarrollo de la reglamentación técnica en las Estaciones de Servicio», de 1 de diciembre de 2010, a favor de la coexistencia de los tres tipos de instalaciones: atendidas, autoservicio y desatendidas. Incluso obra en su poder un Proyecto de Real Decreto de nueva ITC 04, regulando los requisitos de estas últimas en su Capítulo XIII.

La normativa autonómica no puede ir en contra de la legislación nacional

Por todo lo anterior, **Cooperativas Agro-alimentarias de España** pidió al Grupo Parlamentario del Partido Popular del Congreso de los Diputados el máximo apoyo posible para las Cooperativas en su función de distribución minorista de venta al público de combustibles y carburantes, evitando que las normativa autonómica sobre derechos de los consumidores invada la estatal en materia de seguridad industrial y de las figuras de las instalaciones desarrolladas en esta última, tal como acaba de sentenciar el Tribunal Superior de Justicia de las Islas Baleares ■

¿Hacia una PAC **más verde?** Comienza el debate

Cooperativas Agro-alimentarias de España analizó en una Jornada en qué punto se encuentran las negociaciones de la futura reforma de la PAC 2021-2027, con expertos de la Comisión Europea, del Parlamento Europeo y la subdirectora de Cadena Alimentaria del MAPAMA como vicepresidenta de la Task Force de mercados de la Comisión Europea.

Cooperativas Agro-alimentarias de España organizó el pasado viernes 17 de febrero en Madrid, una Jornada que bajo el título «PAC 2021-2027: Fortalecer la PAC, fortalecer Europa», congregó a cerca de un centenar de responsables y representantes de cooperativas de diversos puntos de nuestro país. El objetivo era conocer de cerca los escenarios y opciones sobre la futura reforma de la Política Agraria Común. La jornada se realizó con la colaboración de Cajamar.

La Comisión Europea ha lanzado el debate sobre la PAC para el periodo 2021-2027, que se produce en un momento de incertidumbre por varias razones, como el Brexit y sus efectos, el creciente euroescepticismo o las negociaciones sobre el presupuesto y la financiación de la UE. En este contexto **Cooperativas Agro-alimentarias de España** consideró de gran interés analizar en qué momento nos encontramos y cuáles son las líneas que la Comisión Europea está considerando de cara a la siguiente reforma de la PAC.

La jornada contó con la participación de destacados expertos y responsables en la materia de las principales instituciones comunitarias que tendrán que perfilar y protagonizar el plan de negociaciones: Esther Valverde, subdirectora de Estructura de la Cadena Alimentaria del MAPAMA y miembro de la Task Force de Mercados Agroalimentarios; Ricard Ramón, jefe de unidad adjunto de la Unidad Orientación Política de la DG Agri de la Comisión Europea; y Albert Massot, del departamento de Políticas Estructurales y de Cohesión del Parlamento Europeo **(Las ponencias se pueden descargar en nuestra web www.agro-alimentarias.coop).**

(De izda. a dcha.) Ricard Ramón (CE), Gabriel Trenzado y Albert Massot (PE).

El encuentro comenzó con la inauguración por parte del presidente de **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, Ángel Villafranca, y el director de Cajamar, Miguel Rodríguez de la Rubia.

Ángel Villafranca apeló en sus palabras de apertura a que «fortalecer la PAC es fortalecer Europa, porque esta es la política que encarna mejor que ninguna la aspiración europeísta e integradora de la UE». «El Brexit y su impacto en las negociaciones del presupuesto de la UE, donde la PAC ocupa todavía cerca del 40%; la sensación de un debate político que cuestiona la propia naturaleza de la UE, confrontando una mayor integración a movimientos que plantean sin ambigüedades la desintegración; la crisis del multilateralismo en materia de acuerdos internacionales, y los cambios geopolíticos que pueden complicarse con la era Trump… no son elementos folclóricos, son realidades que no debemos dejar de lado para saber a qué retos nos enfrentamos en los próximos años y que afectarán al debate y el proceso de toma de decisiones», destacó.

Por su parte, Miguel Rodríguez de la Rubia reiteró el compromiso de Cajamar con el sector agroalimentario y con las cooperativas para superar los retos que plantea el futuro. Asimismo destacó la importancia de la investigación en el sector agroalimentario. «El agricultor debe mejorar su productividad y avanzar en la cadena para mejorar su empresa», añadió.

A continuación, Esther Valverde expuso cuáles fueron las recomendaciones del grupo de expertos organizados a iniciativa del comisario de Agricultura y reunidos en la conocida Task Force de mercados.

La Task Force es un grupo de 12 expertos, con el que ha colaborado **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, que ha llevado a cabo un proceso de análisis del funcionamiento del sector y que presentó sus recomendaciones en noviembre y oficialmente al Consejo en diciembre, recomendaciones que tendrán un impacto en el debate sobre la PAC.

Recomendaciones de los expertos

La representante de España, Esther Valverde –también vicepresidenta de esta Task Force– explicó a los cooperativistas asistentes a la Jornada en qué consisten estas recomendaciones, que se pueden agrupar en torno a 7 líneas clave: transparencia de los mercados, gestión de riesgos, mercados de futuros, prácticas comerciales en los mercados agrícolas, contractualización, cooperación y financiación.

Valverde resaltó que «en los últimos años la intervención pública de los mercados ha disminuido y esto ha generado gran volatilidad en los precios agrarios. Ello, unido a la concentración en algunos de los eslabones de la cadena alimentaria, como los proveedores de insumos y, sobre todo por parte de la distribución, ha provocado un cambio en el poder de negociación y ha generado problemas». Valverde destacó que la Task Force recomienda a la Comisión Europea implantar todos los instrumentos necesarios para conseguir unos mercados más transparentes, recopilando información clave y usando las nuevas tecnologías.

La creación de mercados de futuros, en los productos en los que sea posible, también se plantea como una herramienta positiva a tener en cuenta, junto con el establecimiento de contratos obligatorios «siempre y cuando el productor lo solicite».

Massot (PE): La próxima PAC será una PAC medioambiental, porque hay muchas presiones públicas. El greening, por muy criticado que haya sido, no se va a tocar

Luchar contra las prácticas comerciales desleales

Respecto a luchar contra las prácticas comerciales desleales, «hay una posición unánime sobre su gran impacto en la economía y que impiden el desarrollo del mercado», expuso Esther Valverde. En esta línea, los expertos recomiendan la creación de un marco legislativo comunitario de referencia que sirva para superar el «factor miedo», y una autoridad independiente que ejecute las sanciones que deben ser efectivas y con carácter disuasorio. «Las iniciativas voluntarias valen pero no son

Angel Villafranca junto a Miguel Rodríguez de la Rubia (Cajamar).

Consulta Pública sobre la PAC

Con el objetivo de abrir el debate sobre la futura PAC, la Comisión Europea lanzó el pasado 2 de febrero y hasta el 2 de mayo una consulta pública para pulsar la opinión de ciudadanos y organizaciones interesadas sobre el proceso de reforma.

Los resultados de este ejercicio se presentarán por el propio Comisario de Agricultura el 7 de junio en una gran conferencia que tendrá lugar en Bruselas y que, con toda seguridad, será posible seguir en directo a través de la red. Ricard Ramón animó a los participantes en la jornada a participar en la misma, consideró que era clave para poder influir o aportar diversos puntos de vista al proceso de reflexión abierto.

La consulta consta de 34 preguntas donde se eligen 3 o 5 opciones, según la pregunta. La Comisión busca con las respuestas que el participante centre las prioridades y no se permita seleccionar objetivos que en un entorno de limitación de recursos puedan ser contradictorias entre sí, *hacer política es elegir*. Estas preguntas están divididas en 4 bloques: la actual PAC, objetivos y gobernanza, la PAC del futuro y modernización-simplificación. Solamente al final de la consulta se permite cargar un documento con aportaciones fuera del contexto de lo aportado por la Comisión Europea.

Hasta la fecha sabemos que las respuestas han superado las 10.000. No obstante, el formato tipo test facilitará mucho la labor de los encargados de revisar las respuestas.

Cooperativas Agro-alimentarias de España ha participado en la consulta y anima a sus Federaciones, Cooperativas y socios productores a entrar y responder. Quizás esta consulta sea la más importante en la historia de la PAC.

Enlace de la consulta:

goo.gl/Xn3IzA

suficientes, hay que presentar denuncias», insistió.

Por último recalcó el papel que deben jugar las cooperativas y las OPs en la concentración de la oferta, para lo cual es cierto que hay que clarificar el papel de las normas de competencia respecto al sector y el margen real que da la reglamentación sobre la OCM única.

Por su parte, Ricard Ramón expresó el punto de vista de la Comisión Europea acerca de cómo se están produciendo los debates y qué temas se están tratando. Destacó que la reforma será «un proceso lento, pero va avanzando. Hoy los debates hacen referencia a temas que durante la última reforma no quedaron del todo cerrados».

Ramón (CE): El reto es fortalecer la PAC aunque el proyecto europeo no está en su mejor momento. La PAC puede y debe contribuir a este proyecto

Entre estos asuntos se encuentra el aumento del tramo del pago acoplado, la simplificación, mantener una PAC fuerte a nivel financiero (la propuesta del futuro presupuesto está prevista para finales de 2017), avanzar hacia una agricultura más sostenible, la productividad a través de la innovación o el mantenimiento del empleo en las zonas rurales.

Una PAC más sostenible y que genere empleo

«El reto es fortalecer la PAC aunque el proyecto europeo no está en su mejor momento. La PAC puede y debe contribuir a este proyecto», dijo Ricard Ramón. «En los últimos tiempos ha aumentado la volatilidad de precios. Tenemos una PAC a la que dedicamos muchos recursos y parece que esto no ha sido suficiente y hemos tenido que sacar más dinero para compensar las crisis de los últimos años. Esto nos debe hacer reflexionar, para buscar nuevas fórmulas que garanticen el nivel de las rentas a nivel europeo», añadió.

Agustín Herrero (Cooperativas Agro-alimentarias) y Esther Valverde (MAPAMA).

Por otra parte, la Comisión cree necesario buscar el equilibrio entre bienes públicos y privados, «el sector genera beneficios a la sociedad que van más allá del económico. Hay que encontrar un equilibrio para que las futuras políticas apoyen los bienes públicos y privados que genera el sector».

Finalmente, y a modo de resumen, destacó que el comisario Hogan baraja 3 líneas prioritarias: sostenibilidad, el relevo generacional y promover una agricultura resiliente.

Imposible cumplir el plazo

Por su parte, Albert Massot destacó que en su opinión «en 2020 no habrá una nueva PAC, porque hemos empezado tarde y es imposible cumplir estos plazos». Es muy probable que este comisario presente las propuestas y que las tenga que cerrar otro comisario y votar otro Parlamento Europeo tras las elecciones europeas de 2019.

Indicó también que el Brexit ha puesto la cuestión del presupuesto y los recursos propios de la PAC en el foco del debate. «Gran Bretaña es un contribuyente neto. Se puede decir con casi seguridad que el presupuesto de la PAC va a bajar. Otra cuestión o tema será cómo baja y a quién afecta», añadió.

Para el representante del Parlamento Europeo, «la próxima PAC será una PAC medioambiental, porque hay muchas presiones públicas. El greening, por muy criticado que haya sido, no se va a tocar, y no creo que sea una buena estrategia para el sector atacarlo abiertamente», concluyó.

La jornada finalizó con un largo debate en el que los representantes de las cooperativas expusieron a los expertos del Parlamento y de la Comisión algunas de sus propuestas y qué problemas se estaban encontrando en ciertos sectores productivos concretos, con la intención de que sean tenidos en cuenta para la reforma ■

CaixaBank y Cooperativas Agro-alimentarias de España firman un convenio para facilitar el acceso de financiación a las cooperativas

CaixaBank, a través de su línea de negocio AgroBank, y **Cooperativas Agro-alimentarias de España** firmaron el pasado mes de enero un convenio de colaboración que permitirá a las cooperativas asociadas acceder a productos financieros en condiciones favorables y a nuevas fórmulas de financiación para desarrollar su actividad empresarial.

El convenio, rubricado por el director general de CaixaBank, Juan Alcaraz, y por el presidente de **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, Ángel Villafranca, beneficiará a las más de 2.600 cooperativas y 1.179.000 socios que pertenecen a Cooperativas Agro-alimentarias. Además, CaixaBank ofrecerá asesoramiento especializado a los asociados a través de 873 oficinas AgroBank y de sus cerca de 3.000 especialistas en este sector.

Juan Alcaraz destacó el apoyo reiterado de la entidad al sector cooperativo, «al que dedicamos especial atención y recursos por su relevancia estratégica para la economía española». Además, Alcaraz aseguró que «CaixaBank ha diseñado, dentro de su línea de negocio AgroBank, una gama de productos y servicios pensados especialmente para el particular funcionamiento de las cooperativas del sector agrario».

Por su parte, Ángel Villafranca señaló que «este convenio permite a las cooperativas y sus socios obtener recursos financieros adaptados a sus necesidades de gestión. Asimismo, destacó el asesoramiento de CaixaBank con el que contarán las cooperativas en temas relacionados con la internacionalización y la exportación de productos a nuevos mercados, una necesidad dado que las cooperativas representan más del 27% de la facturación exportadora del conjunto de las industrias alimentarias españolas».

Las cooperativas podrán contar con el asesoramiento de CaixaBank en temas relacionados con la internacionalización y la exportación

La línea de negocio especializada en el sector agrario, AgroBank, ha desarrollado una serie de productos y servicios destinados a paliar las dificultades de los agricultores y cooperativistas. Destaca, por ejemplo, el AgroAnticipo, un producto que permite anticipar las cosechas de los socios de las cooperativas desde el momento en que entregan su cosecha de una forma muy fácil y ágil tanto para la cooperativa como para los socios. Además, los cooperativistas cuentan con la Agrotarjeta, que permite a los socios realizar las compras de insumos en la cooperativa y diferir su pago hasta 11 meses. De esta forma el socio puede hacer coincidir los pagos con sus ingresos sin necesidad de que se lo financie la cooperativa.

La oferta de productos para las cooperativas agrarias españolas de AgroBank incluye también planes de pensiones personalizados en condiciones especiales, ajustados a las necesidades del colectivo de socios. Además, CaixaBank proporciona al sector asesoramiento sobre comercio exterior, a través del equipo de especialistas de la entidad financiera en nuevos países y mercados a los que dirigir las exportaciones, y sobre nuevos servicios financieros ■

Razones por las que apoyar el CETA

Por Juan Corbalán,
oficina de **Cooperativas Agro-alimentarias de España** en Bruselas

Cooperativas Agro-alimentarias ha trabajado estrechamente con las instituciones comunitarias las condiciones de este acuerdo, siguiendo su evolución y trasladando en todo momento nuestras propuestas. Desde nuestra Organización consideramos que, globalmente, es un buen acuerdo que mejorará las relaciones políticas y comerciales de ambos lados del Atlántico, y especialmente las de un sector tan estratégico como el agroalimentario.

La Comisión de Comercio del Parlamento Europeo aprobó el pasado mes de enero la ratificación del Acuerdo Comercial entre la UE y Canadá (CETA en sus siglas en inglés); y posteriormente, el 15 de febrero, lo ratificó el Parlamento Europeo, con amplia mayoría de voto. Así, el acuerdo ha entrado en vigor de forma provisional hasta que los Estados miembros de la UE lo ratifiquen en sus parlamentos nacionales. Al ser un acuerdo "mixto", su entrada en vigor total debe ratificarse por el Consejo y el Parlamento Europeo y por cada uno de los Estados miembro, puesto que el acuerdo afecta a partes que no son competencia de la UE, aunque solo es una pequeña parte de lo que se ha negociado.

Cooperativas Agro-alimentarias de España que representa los intereses de las cooperativas, ha trabajado estrechamente con las instituciones comunitarias las condiciones de este acuerdo siguiendo su evolución y trasladando en todo momento sus propuestas. Desde nuestra Organización consideramos que, como todo acuerdo, no recoge plenamente nuestras demandas, pero globalmente es un buen acuerdo que mejorará las

relaciones políticas y comerciales de ambos lados del Atlántico y especialmente las de un sector tan estratégico como el agroalimentario. Veamos por qué.

Más de 6 años de negociación

Las negociaciones se iniciaron en 2009 con el preceptivo Mandato del Consejo de la UE, donde están representados todos los Estados miembros (EM) de la UE que dieron su visto bueno. Después de 6 años de negociación, en septiembre de 2014 Canadá y la Comisión Europea, representante de los EM en la negociación, dieron por finalizadas las negociaciones con éxito. A partir de ahí se procedió a la revisión jurídica del texto y se inició el proceso de ratificación. En todo este tiempo los EM han podido trasladar su opinión y trabajar en aquellos aspectos más espinosos. Cooperativas Agro-alimentarias ha trasladado en todo momento su opinión respecto a las negociaciones, tanto a las instituciones comunitarias, Comisión Europea, DGAGRI y DGTRADE en concreto, como a la Administración española. En este tipo de negociaciones se tiene mayor influencia cuanto antes se traslade la opinión a las partes negociadoras, y no cuando el proceso ya se ha cerrado.

Canadá es un país de algo más de 35 millones de habitantes, con uno de los poderes adquisitivos más altos del mundo y donde los productos españoles tienen un gran potencial de exportación

Acuerdo democrático

La política comercial de la UE es una de las pocas políticas que son competencia de la UE. El Consejo de la UE está formado por los Ministros del ramo que, a su vez, representan a los gobiernos elegidos democráticamente en sus países. El Parlamento Europeo, que tiene la última palabra a la hora de ratificar el acuerdo, es la institución comunitaria elegida por sufragio universal directo por los europeos cada 5 años. Por tanto, decir que la ratificación por ambas instituciones no es democrática es una opinión poco informada o que busca un objetivo diferente a la idoneidad o no del acuerdo. Lo que es muy dudoso desde el punto de vista democrático es que una región como Valonia, Bélgica, con 4 millones de habitantes haya podido bloquear un acuerdo comercial que afecta a 500 millones de habitantes, es decir el 0,8% de la población de la UE. Tampoco es muy coherente que esta región no haya trasladado su posición durante los 6 años de negociación. Una medida que afecta a toda la UE debe ser acordada y ratificada a través de las instituciones comunitarias, para eso se elige un Parlamento Europeo por sufragio universal, y los Estados miembros son representados en el Consejo. La UE no ha dado una imagen de coherencia y rigor al mundo, y su credibilidad como aliado y socio comercial se ha visto empañada.

Transparencia

Quienes siguen desde hace años la evolución de las negociaciones en los acuerdos comerciales entre la UE y los países terceros afirman que el CETA ha sido el acuerdo más transparente que se ha llevado a cabo. En todo momento se ha tenido acceso a la evolución de las negociaciones y las instituciones comunitarias han trasladado su opinión en cada capítulo y ronda negociadora. Lo que no es posible es acceder a documentos confidenciales de la otra parte. Se trata de una negociación, debe haber cierta confidencialidad y margen de maniobra de los negociadores, puesto que ya cuentan con un mandato representativo que les limita su margen. Sorprende que se acuse al CETA de falta transparencia y de pasar desapercibido cuando la UE ha negociado acuerdos que han sido perjudiciales para ciertos sectores y con países de dudosa reputación democrática, y no se han oído en estos acuerdos a ninguno de los que han atacado al CETA.

Beneficios

El acuerdo CETA beneficia a la economía europea y por ende a la española de forma global. Se reducen los derechos de aduanas y las restricciones del acceso de contratos públicos (muy importante para empresas europeas y españolas), se ofrece protección de las innovaciones, se incrementa la cooperación normativa y se abre el comercio de servicios. En cuanto al sector agrario, España es una potencia agroalimentaria en la UE y en el mundo, es el primer productor de aceite de oliva y aceituna de mesa del mundo, primer productor de carne de la UE, segundo de frutas y hortalizas y primer exportador mundial, tiene la mayor superficie vitícola mundial y está entre los tres mayores productores de vino, por citar algunos ejemplos. Canadá es un país de algo más de 35 millones de habitantes, con uno de los poderes adquisitivos más altos del mundo y donde los productos españoles tienen un gran potencial de exportación. Según cálculos de la UE por cada 1.000 millones de euros de exportación se crean 14.000 puestos de trabajo. España es un exportador neto de muchos productos y el acceso a nuevos mercados es crucial para generar empleo en nuestro país, permitir el crecimiento económico del sector ante un mercado ya maduro como el europeo, y aumentar la renta de nuestros productores procedentes del mercado.

En concreto, en un primer tramo se eliminan el 90,1% de los aranceles en el sector agrario estableciendo cupos para productos sensibles de la UE como la leche, la carne de porcino, el vacuno, la carne de pollo o los huevos, y se liberalizan los productos ofensivos para la UE con especial interés para España como el vino, las frutas y hortalizas y el aceite de oliva. Además, se establece la llamada “entidad única” que el sector ha reclamado, que consiste en extender las mismas condiciones de exportación que benefician a un país de la UE al resto de Estado miembros. Es cierto que solamente para el sector ganadero y no para los productos vegetales, cuestión en la que se sigue trabajando con las autoridades de Canadá.

Armonización normativa

Se ha opinado mucho sobre la armonización de normativas en muchos sectores en ambos países provocando que la UE importe los estándares de vida y productivos de Canadá. Canadá es, según el Better Life Index de 2016, el 5º país del mundo donde mejor vive su población, con una tasa de paro del 6,9%, una renta per cápita muy por encima de la media de la OCDE, con la sanidad y la educación gratuitas y de la más alta calidad mundial. No estaría mal que la UE pudiese importar algunas normativas para asegurar una educación y una sanidad de calidad, así como su nivel económico y educativo para muchos de los países de la UE.

En el caso del sector agrario, desde sectores clave para la economía española como el vino, el aceite de oliva y las frutas y hortalizas todavía hay barreras no arancelarias que impiden la correcta exportación de estos productos a Canadá. No obstante, las diferencias entre legislaciones, especialmente en cuestiones fitosanitarias, impide nuestras exportaciones. Por ejemplo, hay pesticidas que en la UE están autorizados para el aceite de oliva y las frutas y hortalizas y no en Canadá, por la sencilla razón de que no produce, no porque sea perjudicial sino porque no se han desarrollado los estudios pertinentes, aunque dichos productos estén autorizados por la Organización de la FAO y la Organización Mundial de la Salud para la seguridad alimentaria, Codex Alimentarius. Desde la UE se busca esta armonización que permita reconocer las sustancias fitosanitarias autorizadas en la UE en Canadá y así fomentar nuestras exportaciones. Se trata de que en un mercado los productos compitan en igualdad de condiciones y se respeten las opciones y modelos productivos que cada parte se ha impuesto.

Indicaciones geográficas

Este ha sido uno de los mayores éxitos del CETA. Por primera vez en un acuerdo comercial un país tercero reconoce y protege abiertamente a las indicaciones geográficas de productos alimentarios en su territorio. El acuerdo establece una lista de 145 indicaciones geográficas europeas (como el queso manchego, jamón de Huelva o el turrón de Alicante, por citar solo algunos) que estarán protegidas en suelo canadiense. Ningún operador podrá vender un producto etiquetado con estos nombres en Canadá si no están producidos en la UE. Este hito es histórico debido a que Canadá, un país con mentalidad anglosajona en la política de protección de marcas, ha aceptado la política europea de indicaciones geográficas. Además, ningún otro país donde estas indicaciones no estén protegidas podrá vender producto con nombre de las mismas (caso de EEUU no podrá vender queso que se llame manchego en Canadá o exportar más champán californiano bajo esa denominación). Esta lista ha sido elaborada a partir de las peticiones de los países en base al potencial exportador de cada producto. La UE tiene unas 1.700 DOP, IG e ETGs protegidas, pero sólo una minina parte de ellas tienen una clara vocación exportadora a los países terceros, la mayoría se comercializa en su territorio o país, o como mucho en el país vecino. Además, el CETA establece una cláusula para incorporar nuevas indicaciones en función del potencial e interés exportador de las mismas. Se ha mencionado mucho el asunto de la marca que se comercializa en Canadá “Orange Valencia”, pero esta marca no es una indicación geográfica de la UE, por tanto, no puede ser protegida más allá de la vía de la protección de las marcas. Sí lo está la IGP Cítricos Valencianos, que a partir de que el CETA entre en vigor tendrá un enorme potencial exportador. Está claro que siempre sería positivo haber incorporado más, como la DOP Kaki Ribera del Xúquer, con gran capacidad y potencial de exportación en este país, en cuya incorporación estamos trabajando con las diversas administraciones.

Seguridad alimentaria

Los acuerdos comerciales no pueden modificar el modelo europeo de seguridad alimentaria. El CETA no provocará que se importen productos OGMs o carne con hormonas, por ejemplo, el Consejo y el Parlamento Europeo lo han dejado claro y el texto no lo establece. Tampoco debilita las normas medioambientales. Al contrario, Canadá es uno de los países, según la OCDE, con mayor sostenibilidad ambiental y socio de la UE en los foros internacionales donde se debate el fomento de las políticas de apoyo al medioambiente. En estos asuntos las organizaciones que conocemos las instituciones comunitarias sabemos que en los acuerdos comerciales no se debilitan los estándares de calidad ni sostenibilidad de la UE. Que la Comisión Europea haga algunas propuestas que puedan considerarse perjudiciales se hacen al margen de los acuerdos firmados, por eso hay que estar muy atentos a las mismas. Por ejemplo, actualmente la Comisión Europea propone debilitar los controles de sanidad vegetal de los cítricos importados con destino a industria, lo que implica una relajación de los controles y un mayor riesgo de entrada de plagas o enfermedades en la UE que afectarían a este importante sector, como ha pasado con la bacteria Xylella fastidosa. Igualmente ocurrió cuando la Comisión propuso permitir el uso de productos clorados en la desinfección de las importaciones de carne de pollo y el Consejo de la UE lo rechazó.

En cuestiones más generales que no afectan de lleno al sector agroalimentario, es necesario hacer alguna aclaración. Respecto a la controvertida cuestión del Tribunal de arbitraje de protección de inversiones, es necesario saber que esta figura o instrumento ya se prevé en numerosos acuerdos comerciales que la UE ha firmado. Este órgano está formado por

expertos nombrados por ambas partes para dirimir un conflicto de interés entre un país y una empresa que vea dañada su inversión. Sin embargo, por primera vez en el CETA se establece un Tribunal permanente con jueces profesionales, algo que ofrece mayores garantías en la imparcialidad de los procesos y la garantía de protección del interés público. Además, en ningún punto del CETA se menciona la privatización de servicios públicos (de hecho son los Estados miembros quienes ya lo hacen, en muchas ocasiones sin que haya ningún acuerdo comercial como el CETA y siendo uno de los debates más intensos en la política interna de cada país….) tampoco se reducen los estándares normativos de la UE en materia de OMGs, carne con hormonas, etc.

El acuerdo no recoge todas nuestras reivindicaciones pero, analizando el contexto político y económico actual, el acuerdo firmado mejorará con creces las exportaciones españolas de productos agrarios, generando empleo en las zonas rurales, que tan importantes son para mantener la actividad económica en las mismas.

En resumen, desde nuestra Organización, que hemos seguido desde el principio este y otros procesos y acuerdos comerciales realizados entre la UE y otros países terceros, apoyamos el CETA. Creemos que es positivo para el sector agroalimentario español, fomentará las exportaciones de nuestros productos, creará empleo y se han tomado precauciones para productos sensibles. Además, también creemos que es bueno para la economía española y europea, especialmente ante Canadá, un socio con unos estándares democráticos, de calidad de vida y sociales muy similares a los de los países más avanzados de la UE ■

La CE prioriza los programas múltiples,

en mercados exteriores y que resalten el valor añadido europeo

Segundo año de los nuevos Programas de Promoción.

Cooperativas Agro-alimentarias de España ostenta la vicepresidencia del Grupo de Trabajo Promoción del Copa-Cogeca a través de Gabriel Trenzado, director de Asuntos para la UE e Internacional. Trenzado ha participado directamente en el debate y elaboración de la nueva reglamentación que se aplica desde 2016 para la promoción de productos agrarios en la UE y en países terceros. Esta política es la única a nivel de la PAC que cuenta con un presupuesto creciente y resulta un instrumento muy útil para hacer promoción con una alta cofinanciación de fondos europeos.

La Comisión Europea presentó oficialmente el Plan Anual de Trabajo 2017 para los programas de promoción de productos agrarios de la UE el pasado 31 de enero en un Info-day organizado al efecto. El plazo para presentar los programas de promoción se abrió en enero y finaliza el 20 de abril.

Esta política libera fondos comunitarios con el fin de cofinanciar proyectos plurianuales destinados a identificar nuevos mercados y a promover los productos agrícolas de la UE en el mercado interno y en los países terceros. Esta política es la única dentro de la PAC cuyo presupuesto anual ha aumentado y lo hará en los próximos años.

El artículo 8 del Reglamento del Consejo y Parlamento 1144/2014 establece que la Comisión adoptará por acto de implementación el programa anual con las prioridades en materia de promoción de los productos agrarios en relación a las oportunidades de los mercados exteriores asociados al presupuesto dedicado, acto que se ha sometido a consultas externas e internas.

El programa anual para 2017 fue adoptado el pasado 9 de noviembre dotándose de 142,5 millones de euros (el año 2016 fueron 130 millones). La Comisión hizo ciertos cambios con respecto al de 2016 en base a las observaciones de los diferentes actores, entre ellos **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, que ostenta la Vicepresidencia del GT de Promoción del Copa-Cogeca.

Apoyo a ciertos productos con problemas en el mercado interior

Entre las cuestiones modificadas se propuso mantener cierto nivel de fondos para el mercado interior, especialmente con productos con problemas de consumo interno frente a importaciones del mismo producto, lo que provocó que la Comisión incluyera una línea para fomentar la agricultura sostenible en programas múltiples en el mercado interior. Por otro lado, se adaptó una línea para Vacuno, añadiendo una línea específica a un sector en crisis, similar a los fondos de leche y porcino que se mantienen para este año.

La Comisión ya ha anunciado, no obstante, que quiere invertir su presupuesto en programas múltiples, cuyas organizaciones proponentes sean de varios estados miembros, y tendiendo al mercado exterior. Esta estrategia sigue la línea de obtener el máximo valor añadido europeo y fomentar la imagen y la exportación de productos europeos hacia el exterior, y no tanto la competencia entre productos europeos en el mercado interior con fondos comunitarios.

Con respecto a lo realizado en 2016, primer año de aplicación de la nueva política de promoción, de los 226 programas presentados en total sólo 66 fueron aprobados (6 múltiples de solicitantes de diversos Estados y 60 simples, solicitantes de un solo estado miembro). Las principales razones de rechazo fueron entre otras que el solicitante no era elegible según las normas comunitarias, no ser representativo del producto o sector en cuestión, los productos no eran elegibles o la no adaptación del programa a los objetivos a conseguir. Según la Comisión es necesario que se definan bien los objetivos de la promoción, además de las actividades y actuaciones al respecto, que el mensaje de la UE sea clave en el programa y se describa bien la efectividad y metodología al respecto.

El nuevo reglamento sobre promoción todavía debe coger su velocidad de crucero y afinar los criterios de selección, aplicados a través de un sistema objetivo y de evaluación por 3 expertos evaluadores independientes, como ya se realiza en los programas para la innovación Horizon 2020, y donde una agencia dependiente de la Comisión Europea (CHAFEA) juega un papel determinante. Varios de los proponentes se quejaron de que programas similares eran valorados de manera muy diversa por

los evaluadores independientes. En esta línea, el Copa-Cogeca ha solicitado a la Comisión Europea que debe ajustar y afinar los criterios de selección de programas en una estrategia clara, puesto que un sistema de selección objetivo con evaluadores expertos asegura la independencia en la selección pero no la objetividad en la aplicación de los criterios de selección, que deben seguir una estrategia prefijada por la Comisión Europea ■

Para más información: goo.gl/EVDNrX

Programa anual de trabajo 2017	Cuantía prevista
PROGRAMAS SIMPLES - Mercado interior	**22.500.000 €**
Acción 1 – Programas de información y de promoción destinados a aumentar el conocimiento y el reconocimiento de los sistemas de calidad - DOP/IGP/ETG, producción ecológica, regiones ultra periféricas	12.375.000 €
Acción 2 - Programas de información y promoción destinados a destacar las características específicas de las prácticas agrícolas de la UE, además de las características de los productos agrícolas y alimentarios europeos. También los sistemas de calidad definidos en el artículo 5, apartado 4, letra d, del Reglamento (UE) nº 1144/2014	10.125.000 €
PROGRAMAS SIMPLES – en países terceros	**63.000.000 €**
Acción 3* - Programas de información y promoción diseñados para uno o más de los siguientes países: China (incluyendo Hong-Kong y Macao), Japón, Corea del Sur, Taiwán, la región del sudeste asiático o India	14.750.000 €
Acción 4* - Programas de información y promoción diseñados para uno o más de los siguientes países: EE.UU., Canadá o México	11.600.000 €
Acción 5* - Programas de información y promoción diseñados para uno o más países de África, Oriente Medio, Irán o Turquía	8.450.000 €
Acción 6* - Programas de información y de promoción diseñados para zonas geográficas distintas de las incluidas en las acciones 3, 4 y 5	11.600.000 €
Acción 7 - Programas de información y promoción sobre productos lácteos, productos del porcino o una combinación de ambos destinados a cualquier país tercero	12.600.000 €
Acción 8 – Programas de información y de promoción sobre los productos del vacuno destinados a cualquier país tercero	4.000.000 €
PROGRAMAS MULTIPAÍS	**43.000.000 €**
Acción A** – Programas orientados a aumentar el conocimiento de la agricultura sostenible en la Unión y del papel del sector agroalimentario en la acción por el clima y el medio ambiente (mercado interior)	15.050.000 €
Acción B - Programas de información y de promoción destinados a aumentar el conocimiento y el reconocimiento de los sistemas de calidad de la Unión - DOP/IGP/ETG, producción ecológica, regiones ultra periféricas (mercado interior o terceros países)	15.050.000 €
Acción C - Programas de información y promoción destinados a destacar las características específicas de las prácticas agrícolas de la Unión, además de las características de los productos agrícolas y alimentarios europeos. Entran también los sistemas de calidad definidos en el artículo 5, apartado 4, letra d, del Reglamento (UE) nº 1144/2014 (mercado interior o terceros países)	12.900.000 €
* Quedarán excluidos de estos programas la leche/los lácteos, los productos del porcino, los productos del vacuno o una combinación de los mismos. No obstante, podrían incluirse de presentarse junto con otros productos. ** Las campañas contempladas en la Acción A no podrán hacer referencia al método de producción ecológica como mensaje principal.	
Iniciativas propias de la Comisión Europea	9,5
TOTAL	**142,5 millones €**

Las Misiones de Alto Nivel (MAN).
El Comisario participa directamente en la promoción de la marca UE.

En el marco de los programas de promoción, el equipo del Comisario de Agricultura y Desarrollo Rural organiza las MAN de alto nivel, donde se invita a empresas y organizaciones de exportadores de los sectores interesados. El objetivo de estas MAN es fomentar el modelo de producción y los productos comunitarios. A lo largo de 3 a 5 días se organizan encuentros al más alto nivel institucional, existe la oportunidad de conocer el mercado por parte de los participantes y se facilitan contactos B2B con importadores, y se visitan ferias agroalimentarias o diversos establecimientos de la distribución local que ayudan a visualizar el tipo de mercado al que aspiran a entrar los productos de la UE. **Cooperativas Agro-alimentarias de España** es un actor muy activo a la hora de conseguir que parte de nuestras empresas cooperativas puedan acudir junto con el Comisario de Agricultura a Misiones de Alto Nivel a diferentes mercados de interés. En este marco, el año pasado participaron 8 cooperativas socias en tres misiones: Colombia-Méjico; China-Japón y la próxima en Canadá a finales de abril. En el mes de noviembre se organizará otra a Irán-Arabia Saudí. Cooperativas españolas como Anecoop, COVAP, Dcoop o Feiraco han participado en estas misiones ■

España incrementa sus exportaciones agroalimentarias a China un 48% en 2016

España es el país que más aumentado sus exportaciones de alimentación a China en 2016, solo superado por Brasil. Los productos que más exportamos son Carne de Porcino, Vino y Aceite de Oliva, por este orden, junto con otros productos destacados como jamón curado, lácteos, cerveza, cítricos y fruta de hueso.

Las estadísticas de comercio exterior de las Aduanas chinas correspondientes a 2016 –publicadas el pasado 25 de enero–, muestran una evolución muy positiva de las exportaciones españolas a este mercado en el sector de alimentación y bebidas, con una cifra de ventas a China de 1.169,5 millones de euros, lo que supone un crecimiento en valor del 48% respecto a 2015.

Según informe de la Oficina Económica y Comercial de España en Pekín al que ha tenido acceso **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, las exportaciones alimentarias españolas a China han seguido manteniendo, trimestre a trimestre, durante todo 2016, un crecimiento en torno al 50%. Ello ha permitido que España sea el país de la UE cuyas ventas más han crecido en el mercado chino en 2016, doblando el de Francia (+15%), Alemania (+30%) y Países Bajos (+21%) y siendo el segundo a nivel mundial, detrás de Brasil. Francia sigue siendo, no obstante, el mayor exportador comunitario de alimentación y bebidas a China, con una facturación de 2.421 M/€ el año pasado.

En el periodo 2008-2016 nuestras exportaciones alimentarias a China se han multiplicado por 17, pasando de 80 a 1.170 M/€. Estos datos sitúan a España en el puesto nº 11 de los países exporta-

dores de alimentos a China, ganando 5 puestos respecto al puesto que ocupaba hace 4 años.

Por sectores, el porcino se convierte en el segundo capítulo de la exportación total de España a China y el primero en lo que a alimentación y bebidas se refiere, con casi 700 M/€ exportados en 2016 (60% del total alimentario). Al porcino, le siguen en importancia exportaciones de vino y aceite de oliva, en este orden, que también refuerzan su presencia en el mercado chino, con incrementos de dos cifras (23 y 14%, respectivamente).

Según el informe de la Oficina Económica en Pekín, «porcino, vino y aceite de oliva representan el 83% del total de nuestras exportaciones alimentarias a China, por lo que son nuestro "buque insignia" en este país, junto con otros productos destacados como jamón curado, lácteos, cerveza, cítricos y fruta de hueso, productos españoles que vienen empujando muy fuerte en el mercado chino», añaden.

Carne y despojos de Porcino

Las exportaciones españolas de estos productos a China alcanzaron 686,7 millones de euros en 2016, con un aumento del 81% respecto al año anterior. Este capítulo continúa siendo, con gran diferencia, el primero de nuestras exportaciones alimentarias a China, suponiendo el 59% del total. Las importaciones totales de China en este tipo de productos fueron de 5.300 M/€ en 2016, con un aumento del 90% respecto al año anterior.

Está aumentando la exportación de despiece de porcino de gama media y alta (jamones, paletas, chuleteros y jarretes), que ha llegado a alcanzar el 25% del total de los envíos

Las exportaciones españolas de productos de porcino a China representaron en volumen un total de 410.000 toneladas, con un precio medio de 1,68 euros/kg. Esto supone un aumento de 165.000 t y 300 M/€ respecto al año precedente.

En 2016, España se ha convertido en el tercer exportador de carne y despojos de porcino a China, solamente por detrás de Alemania y USA, y adelantando a Dinamarca y Canadá que han pasado a cuarto y quinto lugar.

En el caso de España, hay que significar que el crecimiento de las exportaciones de porcino al mercado chino ha sido exponencial, ya que en 2011 exportábamos apenas 40 M/€ y hemos multiplicado esa cifra por 17 en tan solo 5 años.

Por el tipo de productos de que principalmente se trata (caretas, orejas, espinazos, patas y manos, grasa, huesos, aortas, tráqueas, tendones, diafragmas y vísceras rojas), con escasa salida comercial en el mercado nacional y en el mercado europeo, su exportación al mercado chino supone un alivio económico muy importante para los mataderos españoles autorizados a exportar a China, tanto más teniendo en cuenta el cierre del mercado ruso desde comienzos de 2014 y la baja cotización de precios para el porcino en el mercado europeo. Actualmente son 29 los mataderos autorizados para exportar a China.

Otra característica detectada durante los últimos meses ha sido el incremento del porcentaje de despiece de porcino de gama media y alta exportada a China (jamones, paletas, chuleteros y jarretes), que ha llegado a alcanzar el 25% del total de los envíos.

Vino

La exportación española de vino a China en 2016 alcanzó la cifra de 144,2 M/€, con un incremento del 23% respecto al año precedente, en línea con la recuperación general experimentada en los dos últimos años por las ventas de vino en el mercado chino. Las exportaciones globales en 2016 a este mercado fueron de 2.140 M/€, con un aumento del 17% respecto a 2015. Francia, Australia y Chile representan el 80% del total del vino importado en China. Estos dos últimos países muy favorecidos por sus acuerdos de libre comercio.

El 93% de la facturación del vino español vendido durante 2016 en China correspondió a vino embotellado, aunque el vino a granel aún supone en volumen el 20% del total de vino español exportado a China.

El 93% de la facturación del vino español vendido en 2016 en China correspondió a vino embotellado, aunque el vino a granel aún supone el 20% del volumen

La exportación de vino embotellado español a China en 2016 se ha recuperado muchísimo respecto a las cifras de 2014, doblando el volumen exportado

hasta alcanzar 720.000 hectolitros, a un precio medio de 1,79 euros/litro. La exportación española de vino a granel a China fue de 188.000 hl con un valor de 9,4 M/€ (precio medio: 0,52 €/l).

Así, las importaciones chinas de vinos, que fueron mayoritariamente de graneles hasta 2008, se han decantado definitivamente por el vino embotellado con IGP, DOP y trazabilidad garantizada. En 2016, las importaciones de vino a granel apenas llegaron al 22% del volumen total del vino importado en China (1,4 millones de hl sobre un total de vinos importados de 6,4 millones de hl). En 2016, se importaron en China 2.040 M/€ en vino embotellado frente a 100 M/€ en vino a granel, es decir menos de un 5% en valor del total de vinos importados en este país.

En vino espumoso destaca el esfuerzo realizado en China por las principales bodegas españolas de este sector, que ha producido incrementos de ventas importantes en volumen (+12%), a costa de alguna cesión (-10%) en precios (precio medio: 1,95 €/l) para un total de exportación en 2016 de 5,7 M/€.

Aceite de Oliva

El aceite de oliva ocupó en 2016 el tercer lugar en las exportaciones alimentarias españolas a China, detrás de la carne de porcino y del vino. Según los datos de las Aduanas chinas, se despacharon partidas de aceite de oliva español por un valor de 139,3 M/€, lo que supone un aumento del 15% respecto a las cifras del año precedente. La cuota de mercado para el aceite de oliva español alcanzó el registro histórico del 80%, con Italia (14%) y Grecia (3%).

Las importaciones totales en China de aceite de oliva en 2016 fueron de 158,8 M/€, con un incremento del 11% respecto al año anterior. En volumen, el aumento fue del 16%, habiéndose importado un total de 38.600 t, de las que 31.000 correspondieron a España, 5.400 a Italia y 900 a Grecia.

La cuota de mercado del aceite de oliva español en China es del 80%

Los precios se mantuvieron altos durante 2016 debido a la escasez de la cosecha 2014-2015 de aceite de oliva a nivel mundial, que tampoco pudo ser compensada por la cosecha media de 2015-2016. El precio medio del aceite de oliva importado en China solamente descendió un 4% en promedio respecto al año precedente, estabilizándose ligeramente por encima de 4 €/l.

Hay que destacar que la irrupción en el mercado chino de aceite de oliva procedente de países competidores como Australia, Marruecos, Túnez y Turquía se ha visto frenada por este motivo, habiendo perdido en conjunto 7 puntos de cuota respecto a 2014, cuando llegó a ser del 10%.

Este incremento de precios permitió aumentar las exportaciones a China de aceite de orujo español que aumentaron en 2016 un 25%, hasta las 5.500 t, que se importaron a un precio medio de 2,80 €/l.

Resto de productos

Los incrementos de otros productos han sido espectaculares durante 2016. Destacan las exportaciones españolas a China de cerveza, leche en polvo y UHT, cítricos, fruta de hueso, agua mineral, mosto concentrado de uva y pastas alimenticias, confirmando las buenas expectativas apuntadas por estos productos en los últimos años.

Destaca especialmente la **Cerveza**, que ocupa el 4º lugar de nuestras exportaciones a China con una cifra de 50,8 M/€ y un aumento del 45% respecto a 2015, con una importante componente de cervezas artesanales. Esto supone el tercer puesto de los países exportadores de cerveza a la R.P. China, detrás solamente de Alemania y Países Bajos y por delante de países como Bélgica, México o Francia, que tienen marcas acreditadas y reconocidas a nivel mundial.

Las exportaciones españolas de **Jamón Curado** a China en 2016 se estabilizaron en 3,8 M/€, si bien aumentaron un 50% en volumen hasta alcanzar 150 t. Esto significa que el precio medio del jamón curado exportado a China bajó de 40 a 26 €/kg debido a la mayor proporción de jamón serrano, que actualmente supone el 80% del total de jamón español exportado a este país. El año 2017 puede ser decisivo para la definitiva aprobación de la exportación de jamón con hueso a China, lo que se estima podría elevar las ventas hasta 15-20 M/€.

La naranja española es muy apreciada por el consumidor chino, por encima de la naranja SUNKIST (California)

Las exportaciones españolas de **Cítricos** a China en 2016 ascendieron a 12.600 t (10.000 t de naranjas, 2.200 t de mandarinas y 200 t cada uno de limones y pomelos). El valor de estas exportaciones fue de 14,5 M/€, con un crecimiento del 300% respecto a 2015. Especialmente la naranja española es muy apreciada por el consumidor chino (variedades Navel Late, Lane Late y Powell), alcanzando en los meses de marzo a mayo precios «Premium» por encima de la naranja SUNKIST (California).

En **Fruta de Hueso** (ciruelas, melocotones, nectarinas y paraguayas), en abril de 2016 se firmó el protocolo bilateral para la exportación de fruta de hueso de España a China. España se convirtió de esta forma en el primer país del mundo autorizado a exportar melocotones, nectarinas y paraguayas a China (ciruelas ya venían exportando Chile y USA desde el año 2005, con un volumen conjunto de 45.000 t en 2016). Durante la pasada campaña España exportó 700 t de ciruelas y 200 de melocotones, nectarinas y paraguayas, por un importe total de 1,8 M/€. Se espera que esta cifra pueda ser ampliamente superada en 2017 teniendo en cuenta las expectativas que ha despertado entre los importadores y consumidores chinos la amplia gama de fruta de hueso ofertada por España y su excelente presentación, condición y sabor ■

El Sector Porcino opina

Ramón Armengol,
presidente del Consejo Sectorial de Porcino de **Cooperativas Agro-alimentarias de España:**

"Las exportaciones a China han salvado las cuentas del año"

"El alto crecimiento que hemos experimentado en el último año en las exportaciones de porcino español, especialmente a China, nos ha permitido salvar las cuentas del sector en un momento decisivo", explica Ramón Armengol, presidente del sector Porcino de **Cooperativas Agro-alimentarias de España**. "Estas circunstancias nos hacen entrever un futuro optimista para un sector, como es el porcino español, muy competitivo, con una calidad reconocida, una trazabilidad… y unas características que son las que nos están pidiendo los mercados internacionales", añade. El crecimiento de la economía china y su elevada población, "nos permite prever un aumento de nuestras exportaciones en los próximos años, somos optimistas".

Por otra parte, Armengol destaca que los productos que en el mercado nacional se consideran "despojos" –como las patas, caretas..-, en el mercado chino son muy valorados, se consideran "gourmet" y se obtienen unos buenos precios. "Es, sin duda, una oportunidad que debemos aprovechar". Finalmente, Ramón Armengol resalta la labor que está realizando la interprofesional, INTERPORC, para abrir nuevos mercados al porcino español ■

Cooperativa de Benaguasil, innovar para llegar más lejos

La Cooperativa de Benaguasil ha desarrollado en los últimos años varios proyectos para alargar la vida útil de la fruta, que es preparada y envasada en prácticos formatos que están consiguiendo un notable éxito en el mercado, superando las expectativas de la propia cooperativa.

La Cooperativa Rural San Vicente Ferrer de Benaguasil (Valencia) fue una de las candidatas más valoradas en la pasada edición de los Premios de **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, en la categoría de Innovación. Y es que la innovación se ha convertido en una de las estrategias principales de la cooperativa valenciana en los últimos años, con el fin de obtener un mayor valor añadido a los productos hortofrutícolas y alcanzar nuevos nichos de mercado.

La Cooperativa de Benaguasil, que se fundó en el año 1944, es una cooperativa que se dedica a la producción y comercialización hortofrutícola y ofrece también otro tipo de servicios para los socios como asesoramiento técnico, trabajos para la mejora de los cultivos, venta de suministros y carburantes o contratación de seguros. Tiene un total de 23 empleados fijos, 185 empleados fijos discontinuos y 51 eventuales. Su cifra de negocio supera los 16,7 millones de euros.

El 80% de su facturación procede de la producción de cítricos, aunque es una cooperativa diversificada que también tiene fruta de pepita, sandía, hortalizas (coliflor, pimientos, tomate, alcachofa) y transformados de 4ª gama. Todo ello avalado con los más exigentes parámetros de calidad como GlobalGap, BRC e IFS.

Destacar también que la cooperativa está muy implicada en alcanzar una mayor igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, llevando a cabo iniciativas que fomenten una mayor participación de la mujer en el ámbito de la cooperativa, formación sobre empoderamiento de la mujer… De hecho, en las últimas elecciones del año pasado, dos mujeres entraron a formar parte de su Consejo Rector. Del total de socios –unos 800- el 15% son mujeres y el 26% son menores de 40 años.

Cubrir las necesidades del consumidor actual

Desde hace cinco años, la cooperativa viene desarrollando varios proyectos de innovación que le permitan encontrar nuevas formas de consumo de frutas que se adapten a las necesidades del consumidor actual.

El consumo de fruta en la Unión Europea está descendiendo en los últimos años debido al cambio de estilo de vida en los hogares y hábitos de consumo, acentuado por la falta de “inmediatez” y “comodidad” a la hora de comer una o varias piezas de fruta.

Ante esta situación, la Cooperativa de Benaguasil se planteó transformar la fruta para poder luchar contra estos inconvenientes, creando un snack atractivo y sano. “Los niños y especialmente los pequeños, jamás se pelan la fruta ellos solos, por ello, si la fruta está pelada, cortada y en un envase adecuado, el consumo es inmediato, eliminando a la vez la “suciedad” del proceso y minimizando las posibilidades de mancha”, explica Miguel Angel Martí, gerente de la Cooperativa.

Por otra parte, “la idea que teníamos era llegar con nuestras frutas a mercados más lejanos para abastecer tanto a clientes nacionales como internacionales”, añade.

Con todas estas premisas, la cooperativa decidió apostar por prolongar la vida útil de las frutas cortadas y ofrecerla en un envase práctico y atractivo. Todos sabemos que cuando cortamos una fruta en nuestras casas podemos aguantarla hasta 1 día cortada en la nevera, pero al cabo de ese periodo empieza a de-

gradarse tanto visual como organolépticamente. Si extremamos las condiciones de higiene e utilizamos envases apropiados podemos conservar la fruta hasta un máximo de 4-5 días, "pero todavía no es suficiente para poder comercializar en los canales de distribución moderna actual", comenta Martí.

A partir de ese momento, la Cooperativa de Benaguasil comenzó un trabajo de investigación, desarrollando cuatro proyectos para conseguir alargar la vida útil de las frutas. Uno de ellos fue un proyecto con el CDTI que ha sentado las bases en la creación de los envases; además, el proyecto SUSFOFLEX (Smart and Sustainable Food Packaging Utilizing Flexible Printed Intelligenge and Material Technologies), proyecto europeo integrado por universidades y empresas de Finlandia, Irlanda, Noruega, Hungría, Portugal, Italia, Turquía y España, y que permitió avanzar en la vida útil resultante de los productos.

El proyecto EASYFRUIT, integrado por Carrefour (multinacional), Nofima (Centro de Investigación noruego), Itene (Centro de Investigación español), Omniform (Empresa de extrusión de plásticos belga), Spektar (Fabricante de envases serbio), Slicefruit (Procesador de fruta cortada danés), junto con la propia Cooperativa San Vicente Ferrer de Benaguasil, ha permitido patentar un envase que dosifica compuestos antioxidantes introducidos en el envase y que se van liberando a lo largo de la vida útil del producto, ampliando la misma. Este proyecto ha derivado en un spin off que va a permitir iniciar la fabricación del diseño patentado, esperando disponer de resultados tangibles en un periodo aproximado de dos años.

Y por último, AKABA, un proyecto europeo integrado por el grupo cooperativo Anecoop, junto a la Cooperativa de Benaguasil, (Fabricante de plásticos alemán), Agricoat (Fabricante de recubrimientos comestibles para alimentos), Bossar (Fabricante español de maquinaria de envasado) y Artibal (Fabricante de barnices de liberación prolongada para envases de plástico español), que busca encontrar soluciones de envasado flexible.

Con la participación en estos proyectos y un largo proceso de investigación, la cooperativa valenciana ha conseguido alargar la vida útil de las frutas hasta los 11 y 12 días.

No obstante, Miguel Angel Martí reconoce que se trata de un proceso complicado, porque no todos los años se tiene el mismo tipo de fruta y hay frutas que no son producidas por los socios de la cooperativa y hay que comprarlas, "pero es aquí donde tenemos el valor añadido y lo que hace que nuestra cooperativa puede diferenciarse".

Actualmente, Rural San Vicente Ferrer de Benaguasil está obteniendo notable éxito entre sus clientes, que le piden un envase determinado para la fruta y que dura tan poco tiempo en las estanterías que no es necesario alargar hasta 12 días la vida de la fruta, "porque prácticamente se están reponiendo todos los días. Nuestros clientes nacionales nos absorben toda la cantidad disponible". Aunque seguirán desarrollando otros proyectos que les permitan ampliar su producción de 4ª gama y llegar también a clientes de otros países.

Por ello, recientemente, la Cooperativa de Benaguasil y el grupo Anecoop han creado Janus Fruit S.L, un proyecto que se llevará a cabo en la Cooperativa de Benaguasil y que cuenta con el potente apoyo comercial de Anecoop, para desarrollar nuevos productos en 4ª gama.

Un surtido para cada época

Además de las frutas y hortalizas frescas, la Cooperativa dispone de una amplia gama de fruta de 4ª gama, desde cilindros de piña, porciones de sandía y composiciones de frutas en tarrinas: unas disponibles todo el año (compuestas por manzana, kiwi, uva, granada, piña, melón) y otras dependiendo de las estaciones: surtido verano (sandía, melón, uva, nectarina y ciruela); surtido otoño (kaki, manzana, granada, mandarina, pomelo y mango); y surtido invierno (naranja, kiwi, uva, piña, fresa y pomelo).

Según resalta Miguel Angel Martí, esperamos alcanzar un millón de euros de facturación el año que viene solo con la venta de 4ª gama, lo que supondría un 8% del total del negocio de la cooperativa.

Por otra parte, la Cooperativa de Benaguasil se encuentra en este momento desarrollando otro tipo de proyectos como un análisis inmediato de residuos en la fruta y otro con la Universidad de Valencia para la recuperación de tierras abandonadas. "La Cooperativa se hace cargo de la tierra de los socios que no pueden continuar con la actividad y la cultiva mediante un contrato de cesión", explica el gerente ■

Dcoop desarrolla el aprovechamiento de pulpa de aceituna para alimentación animal

El grupo cooperativo Dcoop está desarrollando un proyecto con el objetivo de valorizar los distintos residuos de la industria olivarera mediante su aplicación en alimentación animal. Según fuentes de la cooperativa, «de esta manera se consigue mejorar la capacidad competitiva de la ganadería, establecer una nueva relación entre el sector de la agricultura y la ganadería y, por último, reducir los problemas medioambientales generados por los residuos producidos durante la extracción de aceite de oliva».

Para alcanzar el objetivo, Dcoop está profundizando en el conocimiento de los procesos, en las propiedades de los subproductos formados en las distintas fases de la industria olivarera y en el momento más adecuado para la valorización de cada subproducto. Una vez estudiados estos parámetros, se realiza la validación mediante pruebas experimentales *in vivo* de nuevos racionamientos, así como el efecto que provoca en los animales.

Concretamente, el proyecto está obteniendo resultados interesantes en la aplicación de pulpa de aceituna y ácido maslínico en piensos para alimentación de porcino de cebo y hembras lactantes y gestantes.

En el marco del proyecto se ha llevado a cabo un estudio del valor nutricional y energético *in vivo* de una nueva formulación de pienso en la que se incluye la pulpa de aceituna, producto que procede de los orujos resultantes del proceso de obtención del aceite de oliva virgen. Para ello, se evaluó el grado de digestibilidad de un pienso en cuya formulación se utiliza una pequeña cantidad de la pulpa. El resultado corrobora que el producto desarrollado puede ser utilizado en la formulación de pienso para alimentación animal.

Tras identificar los productos potenciales procedentes de los orujos con una composición más adecuada para alimentación animal y una vez estudiados los resultados del análisis químico, de los compuestos minoritarios y el acidograma, la cooperativa presentó el nuevo producto denominado pulpa de aceituna para la fabricación de pienso animal, que dio a conocer en diversas jornadas informativas.

Actualmente, Dcoop ha logrado que el producto desarrollado denominado «pulpa de aceituna» se incorpore en las tablas de la Fundación Española para el Desarrollo de la Nutrición Animal (FEDNA) como una nueva materia prima a utilizar en formulaciones de alimentación animal y que difiere en su composición y propiedades de los hasta ahora orujos recogidos en dicha tabla. Estas tablas FEDNA se presentaron en el XXXI Curso de Especialización FEDNA, a nivel nacional, lo que supone un gran avance para conseguir establecer el producto desarrollado por Dcoop como un ingrediente en la fabricación de piensos para alimentación animal ■

La cooperativa de Trebujena se une a la Sección de Vinos de Dcoop

La SCA Virgen de Palomares, de Trebujena (Cádiz), se ha incorporado a la Sección de Vinos de Dcoop-Baco, con lo que el Grupo pasa a tener un total de 16 socios y suma una nueva Denominación de Origen: Jerez/Xeres/Sherry.

La cooperativa gaditana, que se fundó en 1957, tiene en la actualidad unos 585 socios activos y una superficie de viñedo inscrito en la DO Jerez de 565 hectáreas aproximadamente, entre los términos de Trebujena y Lebrija, en manos de pequeños viticultores.

En los últimos 5 años, la media productiva ronda las 4.500 toneladas de uva/año, cien por cien variedad Palomino para los vinos de la DO Jerez. Además, la cooperativa está en la zona de Crianza de Vinagres de Jerez. Tiene una capacidad de bodega en acero de unos 4 millones de litros para los vinos de yema y fermentación controlada y envasadora propia.

Con la nueva incorporación, la Sección de Vinos de Dcoop cuenta con 16 cooperativas asociadas con producciones de más de 200 millones de kilos de uva que recogen casi 9.000 viticultores en 37.000 hectáreas, con una facturación de 60 millones de euros.

Dcoop Vinos-Baco cuenta con implantación en territorios con DO: La Mancha, Valdepeñas, La Manchuela, Ribera del Júcar y La Rioja y, ahora, también Jerez ■

Unica Group sigue sumando con la integración de la cooperativa gaditana SCA Europeos

La cooperativa gaditana SCA Europeos, una cooperativa dedicada a la producción y comercialización de espárrago verde, cereal y aceite de oliva virgen extra que tiene su sede social en el municipio de Alcalá del Valle (Cádiz), se ha integrado al grupo Unica Group.

Con la integración, SCA Europeos va a realizar la comercialización de productos a través de Unica, y al mismo tiempo podrá acceder a las ventajas que ofrece la matriz, el Grupo AN, que por ser Entidad Asociativa Prioritaria (EAP), todas sus cooperativas y agricultores socios pueden beneficiarse de las ventajas que el reconocimiento del Ministerio de Agricultura conlleva, como la preferencia en las ayudas a las inversiones, comercialización, formación, I+D+i, créditos ICO… y otras que las Comunidades Autónomas puedan implementar dentro de sus Planes de Desarrollo Regional (PDR).

La cooperativa gaditana cuenta con más de 600 socios agricultores activos, alrededor de 300 hectáreas de espárrago verde que producen alrededor de 500 toneladas; 4.500 de cereales, 1,2 millones de litros de aceite de oliva y 6,5 millones de kilos de aceitunas.

De esta forma Unica continúa con su proyecto de integración ampliando su ámbito territorial hasta la Provincia de Cádiz, por lo que en la actualidad ya está presente en Almería, Granada y Murcia a través de sus cooperativas Cabasc, Casur, Cohorsan, Cota 120, El Grupo, Ferva, Parque Natural, Agrolevante, Parafruts y Camposol ■

Las ventas de Bodega Cuatro Rayas aumentan un 17% hasta los 27 millones de euros

Bodega Cuatro Rayas, líder en elaboración y comercialización de vino blanco en Castilla y León, cerró el ejercicio 2016 con una cifra de facturación que supone un nuevo récord en sus más de ochenta años de historia: más de 27 millones de euros, cuantía de un 17% mayor al ejercicio precedente.

Con más de 300 socios que poseen en torno a 2.300 hectáreas de viñedo propio embotellan en torno a una quinta parte del vino de DO Rueda. Emplea en la actualidad a más de 70 trabajadores. Con la añada 2015, la bodega lanzó al mercado dos nuevas referencias de vino que han impulsado su crecimiento: «Cuatro Rayas Cuarenta Vendimias» y «Cuatro Rayas Ribera del Duero Roble». La compañía, por otro lado, ultima la construcción de su nuevo almacén y embotelladora.

BODEGA CUATRO RAYAS 1935

Nueva imagen corporativa

Agrícola Castellana, nombre fundacional de la firma, apostará a partir de ahora por el nombre por el que es conocida de manera popular: Bodega Cuatro Rayas. Este nombre viene dado de su marca más reconocida: Cuatro Rayas. Pero en esta bodega se elaboran otra treintena de marcas.

Por ello, la bodega ha creado un nuevo emblema que se irá incorporando de manera paulatina a las marcas de vino que comercializa, sustituyendo a la referencia Agrícola Castellana. Este logotipo que acompaña al nombre y al año 1935 está compuesto por cuatro botellas entrelazadas a semejanza de un hashtag (#) y que recuerda de alguna manera a un hierro de marcar o lacre ■

La Cooperativa Las Virtudes lanza ediciones limitadas de su aceite Soberbio

A lo largo de esta campaña de aceituna, la cooperativa Nuestra Señora de las Virtudes, de La Puebla de Cazalla (Sevilla) ha organizado el «Concurso Diseño de Etiquetas AOVE Soberbio Juvenil». Esta actividad se enmarca dentro del II Proyecto Socioeducativo de Divulgación Agroindustrial que está llevando a cabo la cooperativa desde el pasado mes de octubre, en colaboración con la Obra Social La Caixa, dirigido a alumnos de más de 30 colegios de la provincia de Sevilla.

El objetivo consiste en fomentar el consumo de aceite de oliva e impulsar la creatividad entre los más pequeños, para ello, la cooperativa propuso a colegios de La Puebla de Cazalla y Mairena del Alcor, que sus alumnos realizasen dibujos para ilustrar etiquetas del aceite «Soberbio», en base a dos temáticas. La primera de ellas, la festividad del Día de Andalucía, y la segunda, el Castillo de Luna, ya que ambos pueblos tienen un monumento con el mismo nombre.

Asimismo, Nuestra Señora de Las Virtudes propone que estas ediciones limitadas del aceite virgen extra «Soberbio», diseñadas en distintos formatos, sean una estupenda propuesta de venta para recaudar fondos para la realización de actividades extraescolares, como viajes de fin de curso o excursiones. Lo que contribuye a un doble objetivo, fomentar la alimentación saludable y el consumo de productos locales.

Sobre la cooperativa

Fundada en 1961, Nuestra Señora de las Virtudes está compuesta por más de 2.300 socios agricultores de la provincia de Sevilla, dedicados principalmente al cultivo del olivar para la producción de aceite de oliva y aceituna de mesa. Anualmente, la cooperativa transforma una media de 45 millones de kilos de aceitunas, los cuales se reparten entre sus secciones de aceite y aderezo ■

Anecoop crea **Exóticos del Sur** para comercializar papaya de alta calidad

La constitución de esta Agrupación de Interés Económico –sociedad mercantil sin ánimo de lucro con el fin de mejorar los resultados de actividad de sus socios–, es el resultado de las investigaciones experimentales que Anecoop lleva desarrollando durante siete años y su posterior transferencia a los productores. Iniciado en 2010, este proyecto pionero en su ámbito es ya una realidad en el plano comercial, permitiendo suministrar papaya de la mejor calidad al mercado europeo.

La papaya es la tercera fruta tropical más producida a nivel mundial después del mango y la piña y sus perspectivas de crecimiento son muy altas. Hasta el momento, España contribuye con solo un 0,1% del total producido a nivel mundial, ya que hasta ahora Canarias era la única región española donde se cultivaba este producto.

Según el presidente de Exóticos del Sur, Francisco Barranco, «hemos sido los primeros en apostar por un producto que se perfila como muy buena alternativa a los cultivos hortícolas tradicionales y que tiene grandes perspectivas de futuro, siendo capaces, gracias al respaldo de la estructura de Anecoop, de ordenar la producción y la comercialización, factores clave que marcan la diferencia en el mercado».

El sureste español es de interés estratégico para Anecoop por sus posibilidades de negocio y por la fortaleza de un sector agrícola intensivo y de invernadero. En los invernaderos andaluces es posible reproducir el clima y la humedad tropicales. Según las previsiones de Anecoop, en la próxima campaña se superará el millón y medio de kilos de papaya con producciones en distintas zonas de cultivo, que van desde la costa de Málaga, costa granadina (Motril), costa de Almería a Murcia (Mazarrón) ■

Capsa Food incrementa sus ventas en ingredientes lácteos un 70% a través de su marca Innova Food

Uno de los ejes del Plan Estratégico de CAPSA (2015-2017) es la gestión del producto industrial con el objetivo de ser líder generalista en gestión especializada por negocio. La compañía láctea, bajo la marca Innova Food, elabora y comercializa un amplio rango de ingredientes de base láctea. Desde productos básicos como la leche en polvo hasta productos de alto valor añadido como ingredientes funcionales y proteínas lácteas, entre otros, destinados a mejorar la calidad, la funcionalidad y la salud de las personas aportando soluciones efectivas a las demandas de la industria alimenticia.

Esta estrategia ha dado buen resultado tras alcanzar en 2016 un crecimiento en ventas de un 70% gracias al incremento de la cartera de clientes a nivel nacional –más de una veintena son las principales marcas de alimentación nacionales– y a la presencia de INNOVA FOOD en nuevos mercados de América Latina, Asia y África.

Además, este crecimiento ha permitido a la compañía mejorar la rentabilidad y la gestión de los stocks; comprar mayor cantidad de materia prima a sus ganaderos, con el impacto positivo que ello conlleva en el sector lácteo, y reforzar el equipo humano con nuevas incorporaciones.

Innova Food Ingredients nace como marca, de la mano de Corporación Alimentaria Peñasanta S. A. (Central Lechera Asturiana, Larsa y Ato), como un proyecto ilusionante del líder lácteo español. El director de Innova Food, Jorge España, apunta como objetivos para 2017 «el lanzamiento de nuevos productos, como los lactoremplazantes, para diferentes aplicaciones como chocolate y helados; la consolidación del mercado español y la continuidad en la apertura de nuevos mercados internacionales» ■

Nace **VIDASOL,** grupo comercializador integrado por las cooperativas **El Progreso** y **Los Pozos de Daimiel**

El grupo de comercialización VIDASOL, fruto de la unión de las cooperativas El Progreso de Villarrubia de los Ojos y Los Pozos de Daimiel, ambas de la provincia de Ciudad Real, nació oficialmente el pasado 10 de febrero con la integración comercial o constitución de la Cooperativa de 2º grado, que se realizó en presencia del consejero de Agricultura, Medio Ambiente y Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha, Francisco Martínez Arroyo, en nombre del Gobierno regional, principal impulsor de este modelo de uniones comerciales a los que priorizará en las ayudas FOCAL, pero también en otras líneas del PDR.

La inminente convocatoria de FOCAL está dotada con 70 millones de euros y prevé movilizar más de 500 M/€ de capital privado. En este sentido, la Consejería de Agricultura priorizará a aquellos proyectos que alcancen un volumen de facturación, como consecuencia de su unión con otras cooperativas. Con este objetivo el Consejo de Gobierno de Castilla-La Mancha aprobó en diciembre el Decreto que regula las Entidades Asociativas Prioritarias de Interés Regional (EAPIR) de Castilla-La Mancha.

Este tratamiento diferenciado se hará extensible al ámbito de los agricultores y ganaderos, de manera que, aquellos que sean socios de cooperativas calificadas como EAPIR, tendrán prioridad y mayores ayudas en líneas como Incorporación de Jóvenes, Modernización de Explotaciones y otras ayudas convocadas por la Consejería de Agricultura dependientes del Programa de Desarrollo Rural (PDR).

Otras incorporaciones serán bienvenidas

Cesáreo Cabrera, presidente de El Progreso, destacó que esta integración es un paso más para competir con fuerza en comercialización internacional, tras las fuertes inversiones en reestructuración realizadas por las cooperativas en estos últimos años, «y de paso nos hacemos menos la competencia entre nosotros, porque vamos unidos, por eso invitamos a otras cooperativas a sumarse».

El presidente de El Progreso estimó que Vidasol, en un año normal, podría comercializar unos 130 millones de kilos de uva y unos 100 millones de litros de vino y facturaría en torno a los 35 M/€. «Vamos a empezar con el vino a granel, seguiremos con aceite y luego incorporaremos el embotellado de ambos productos», ha explicado.

José Joaquín Moreno-Chocano, presidente de Los Pozos, también subrayó que esta unión busca concentrar la oferta y abastecer nuevos mercados con el ánimo de aumentar el valor añadido de los productos. «En Castilla-La Mancha somos 215 cooperativas productoras y tenemos que unirnos para penetrar mejor en el mercado extranjero, de ahí que esta integración esté abierta a nuevas incorporaciones que siempre serán bienvenidas», declaró ■

El Progreso de Villarrubia de los Ojos, **www.bodegaselprogreso.com**, nació en 1917 y celebra este año su Centenario. Produce una media anual de 85 millones de kilos de uva procedente de sus más de 12.000 ha de viñedo que cuidan con esmero sus 2.300 socios, elaborando vinos cuyas marcas de referencia son principalmente «Vinos Ojos del Guadiana», «Viña Xetar» y «Huertos del Palacio», entre otras.

Los Pozos de Daimiel, **www.bodegalospozos.com**, nace a mediados de los años 80 y produce una media anual de 25 millones de kilos de uva, a lo largo de sus 1.200 ha de viñedo que miman sus 135 socios, y elabora vinos cuyas principales marcas de referencia son «Clavileño», «Castillo de Daimiel» y «Las Tablas».

Los objetivos con esta integración de Los Pozos y El Progreso, cooperativas ambas acogidas a la DO La Mancha, pasan por concentrar la oferta y abastecer nuevos mercados ■

CULTIVAR LA PROTECCIÓN DE TU NEGOCIO

Así es la vocación de un líder

Infórmate en www.agropelayo.com
o en el 96 110 77 80

agro pelayo

Próximo plan: una excursión por las cooperativas valencianas

El proyecto AgriculturalTours involucra a 13 cooperativas de las tres provincias valencianas y combina las visitas a cooperativas para conocer los productos que elaboran con recorridos guiados por los territorios en los que se asientan. Se trata de una iniciativa para poner en valor el territorio valenciano, las cooperativas, sus productos y la riqueza del patrimonio histórico y cultural de las distintas comarcas.

Presentación de AgriculturalTours en FITUR.

Durante la última celebración de la Feria Internacional de Turismo, FITUR, que tuvo lugar el pasado mes de enero en Madrid, Cooperatives Agro-alimentàries de la Comunitat Valenciana presentó AgriculturalTours, un programa de excursiones agroalimentarias, en colaboración con la empresa Turiart.

En la actualidad, 13 cooperativas, a las que se suma también alguna empresa privada, configuran una oferta total de 17 rutas que permiten conocer un total de 12 productos diferentes, entre los que destacan el vino, el aceite, los cítricos, la miel y diferentes frutas, verduras y hortalizas. Todas las excursiones planificadas tienen un formato común, que incluye la visita a una cooperativa, una comida o almuerzo con productos tradicionales de la zona y un recorrido cultural que enlaza el concepto de turismo agroalimentario con el de turismo cultural. Las excursiones están dirigidas a un público familiar, tienen una duración aproximada de entre 6 y 8 horas y en función del destino se programan salidas desde Valencia, Castellón y/o Alicante.

«AgriculturalTours Valencia es una iniciativa diferente, que ofrece una experiencia turística singular y sorprendente. Las personas que realicen las excursiones van a ser a la vez testigos privilegiados y actores del proceso que se desarrolla desde el campo hasta el punto de venta y van a poder entender mejor el origen de lo que consumimos y la importancia que tienen estos productos en el ámbito de sus respectivas zonas de producción», Marta Templado, directora de Turiart.

Para Cooperatives Agro-alimentàries, «este proyecto es una forma magnífica de dar a conocer nuestros productos, nuestras cooperativas y su vinculación con el territorio. Nos permite incidir en vías de diversificación de las actividades de nuestras cooperativas, explicar el funcionamiento de la actividad agroalimentaria y crear prescriptores para nuestros productos, que a su vez generarán nuevos consumidores y nuevos clientes de las excursiones».

La página **www.agriculturaltours-valencia.com** recopila toda la información sobre las rutas disponibles, las cooperativas que se pueden conocer y los destinos a visitar. Está enfocada a la compra online de las excursiones, enlazando para ello con la plataforma existente en la web de Turiart.

Además de la web, la iniciativa se complementa con la creación de perfiles en redes sociales (Facebook, Twitter, YouTube e Instagram). Estos canales permitirán ofrecer información, pero también recabar las opiniones de los participantes de las excursiones e interactuar con ellos. Con el hashtag #agritoursvalencia, los usuarios podrán etiquetar en las redes publicaciones relacionadas con cada excursión y compartir en directo su experiencia ■

AGACA presenta EuroDairy, una red europea para el progreso del sector lácteo

Es un proyecto integrado por 14 países europeos, que agrupan el 60% de la producción europea de leche de vacuno. Financiado por el programa Horizonte 2020 de la UE, establecerá líneas de comunicación y cooperación entre ganaderos europeos de ganado bovino de leche.

La Asociación Galega de Cooperativas Agroalimentarias, AGACA, y el Instituto Vasco de Investigación y Desarrollo Agrario son los partners españoles del proyecto, integrado por 14 países europeos, que se presentó en Galicia el pasado 2 de febrero, en una jornada celebrada en Mabegondo (A Coruña). El proyecto EuroDairy se basa en el desarrollo de una nueva red internacional concebida para aumentar la sostenibilidad económica, social y medioambiental de la producción láctea en Europa.

En el proyecto, que finalizará a principios de 2019, participan 14 países: Reino Unido, Países Bajos, Suecia, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Irlanda, Italia, Polonia, Portugal, Eslovenia y España, englobando el 40% de los productores de leche, el 45% de las vacas y el 60% de la producción europea de leche.

EuroDairy fomentará el empleo y difusión de la innovación basada en la práctica sobre la producción láctea, enfocada a cuestiones clave de sostenibilidad tras la abolición de las cuotas, como: la resiliencia socieconómica, la eficiencia de los recursos, y la producción con objetivos de biodiversidad con el fin de adaptar y desarrollar soluciones implementables a través de la red.

AGACA coordina el paquete de trabajo «Red de granjas piloto innovadoras», en el que a nivel global participarán 120 explotaciones. En Galicia se eligieron 10, de distintos sistemas de producción. Se trata de buscar un conjunto común de metodologías y métodos estandarizados de trabajo, por lo que todas las granjas seguirán los mismos indicadores de evaluación en cuatro temas prioritarios: eficiencia de recursos, biodiversidad, cuidado animal e indicadores económicos. La red permitirá establecer grupos operativos con los que conectar las granjas piloto para compartir conocimientos y experiencias, estimulando la innovación ■

Los **Alimentos de Aragón** estarán presentes en **ALIBABA,** el mayor **Marketplace B2B** del mundo

La Industria Alimentaria de Aragón contará con una tienda propia a partir del próximo mes de abril en Alibaba.com, el mayor mercado digital mundial B2B. Dispondrá de una oferta inicial de 20 empresas y más de 400 productos de Alimentación y Bebidas. El proyecto ha sido impulsado por la Asociación de Industrias de Alimentación de Aragón, el Cluster de Alimentación de Aragón y Cooperativas Agro-alimentarias de Aragón.

La presencia de los productos aragoneses en **Alibaba.com** ha sido una de las acciones seleccionadas tras el análisis previo realizado en el marco del Proyecto de Cooperación de Internacionalización Digital que están impulsando la Asociación de Industrias de Alimentación de Aragón, el Cluster de Alimentación de Aragón y Cooperativas Agro-alimentarias de Aragón; proyecto que ha sido financiado con Fondos FEADER y del Gobierno de Aragón a través del PDR 2014-2020. Este proyecto, pionero en España, se está desarrollando en colaboración además, con la empresa tecnológica aragonesa INYCOM, que tras realizar la fase previa de diagnóstico a una muestra representativa de empresas del sector en Aragón, y evaluar varias opciones de eCommerce, eMarketing internacional y Marketplaces B2B y B2C, se encargará en esta nueva fase de facilitar y mejorar a las empresas participantes su presencia en los canales digitales, a través de las acciones seleccionadas.

Con la creación de la tienda en **Alibaba.com** se pretende facilitar y potenciar el contacto de la oferta de calidad de las empresas alimentarias de Aragón con compradores de todo el mundo que tienen presencia en el más importante portal de comercialización digital. **Alibaba.com** es el mayor mercado B2B del mundo, con 160 millones de compradores registrados, más de 6 millones de vendedores y actividad en más de 240 países.

Además, este proyecto busca mejorar la presencia de pymes alimentarias en los mercados internacionales e incrementar el número de empresas agroalimentarias exportadoras de Aragón. Por ello, el proyecto contempla también la creación de un portal de productos de Alimentación y Bebidas de Aragón en **MundoSpanish.com**, portal que agrupa a un buen número de empresarios españoles de todo el mundo, principalmente importadores de productos españoles en el extranjero, propietarios de hoteles, restaurantes y tiendas gourmet, así como de otros negocios vinculados al turismo y la gastronomía.

El proyecto nace de la cooperación entre las tres entidades que impulsan el proyecto, las cuales en conjunto representan más del 80% de la facturación de la Industria Agroalimentaria de Aragón ■

Jerónima Bonafé expone ante la FAO el papel de las cooperativas en el empoderamiento de las mujeres rurales

La FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación) organizó entre el 30 de enero y el 1 de febrero en Vilna (Lituania) una conferencia bajo el lema «Promoviendo un desarrollo rural inclusivo en Europa y Asia Central». El objetivo era fortalecer partenariados estratégicos, el intercambio de buenas prácticas y un aprendizaje mutuo para alcanzar un desarrollo sostenible en el marco de la Agenda 2030, según fuentes de organización.

Cooperativas Agro-alimentarias de España fue una de las dos organizaciones españolas invitadas a esta conferencia internacional, en la que participó Jerónima Bonafé, presidenta de la Asociación de Mujeres de **Cooperativas Agro-alimentarias de España** (AMCAE) y de la federación cooperativa en las Islas Baleares, junto a personalidades de alto nivel del ámbito político, económico y social de un gran número de países y de la propia FAO.

Jerónima Bonafé destacó el importante papel que cumplen las cooperativas en el desarrollo rural, favoreciendo el empoderamiento económico y el emprendimiento de las mujeres. Concretamente, Bonafé participó en el bloque de la conferencia en el que se analizó la promoción de la igualdad de género en el medio rural, aunque a lo largo de los tres días se expusieron muchas de las experiencias realizadas en distintos países para conseguir una mayor Igualdad de Oportunidades en todos los ámbitos, con estrategias y herramientas que pueden servir de ejemplo o germen para trasladar a otras zonas.

En los últimos años, **Cooperativas Agro-alimentarias de España** ha puesto en marcha diversas iniciativas con el fin de fomentar una mayor participación de las socias en sus empresas cooperativas y posicionar a las mujeres en más puestos de relevancia y decisión. En esta línea, nuestra Organización mantiene un acuerdo con el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad enfocado a alcanzar este objetivo y trabajar por la Igualdad de Oportunidades en el sector agroalimentario español.

La desigualdad, más aguda en las mujeres rurales

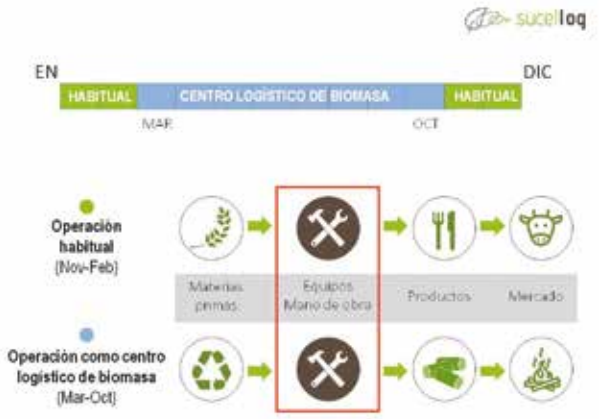
Según quedó reflejado por los expertos, una de las formas más prevalentes de desigualdad es por razones de género. Por ello, hacer frente a las desigualdades de género es un prerrequisito para terminar con la pobreza, el hambre y la necesidad. Mucho se ha conseguido en el camino hacia la igualdad de género en Europa y Asia Central desde que la agenda global para el empoderamiento de las mujeres se acordó en la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing en 1995. Sin embargo, la implementación de leyes y políticas públicas sigue siendo débil. Las barreras en el acceso a servicios, oportunidades económicas y la justicia que padecen grupos desaventajados de la población, y en particular, el grupo más grande –las mujeres rurales– sigue siendo uno de los principales desafíos. La carga del trabajo doméstico, informal y no remunerado, y la persistencia de roles estereotípicos de género de mujeres y hombres empeora la situación. Esto es aún más severo en las áreas rurales ■

El proyecto **SUCELLOG** da apoyo a 63 agroindustrias para convertirse en centros de biomasa

El proyecto se ha desarrollado en cuatro países desde 2014 para asesorar a las agroindustrias a convertirse en centros logísticos de biomasa y así aprovechar los residuos agrarios como fuente alternativa de energía y de ingresos.

El objetivo de SUCELLOG es impulsar la creación de centros logísticos de biomasa en las agroindustrias, especialmente cooperativas, como complemento a su actividad habitual, promoviendo una nueva línea de negocio, de manera que puedan diversificar su actividad con baja inversión.

El concepto SUCELLOG está basado en la explotación de las importantes sinergias que tienen las agroindustrias para convertirse en productores de biocombustibles sólidos. El proyecto promueve la utilización de equipos, instalaciones y mano de obra de las agroindustrias en sus periodos de inactividad para manejar y pretratar los residuos agrícolas, con el objetivo de producir biomasa sólida. Esta puede ser introducida en el mercado local de combustibles o ser utilizada para cubrir la demanda propia de calor de la agroindustria.



Convertirse en un centro logístico continuando con la actividad habitual de la agroindustria incrementa su competitividad al abrir nuevos mercados, prolongar sus periodos de operación y mantener a sus empleados en sus periodos de inactividad. Más información sobre el concepto del proyecto en: **www.sucellog.eu/es/**.

Resultados de SUCELLOG

Durante 3 años, los socios de SUCELLOG procedentes de los sectores agrarios y de la bioenergía han llevado a cabo una serie de acciones para proporcionar apoyo técnico a las agroindustrias. Para ser capaces de afrontar conjuntamente las nuevas oportunidades, se ha promovido con intensidad la conexión entre los sectores agrario y bioenergético. Esta actividad también ha incluido formación a asociaciones agrarias sobre aspectos de bioenergía. Los técnicos de dichas asociaciones han sido formados para superar preconcepciones injustificadas sobre la biomasa agrícola, para poder detectar oportunidades para sus socios y para proporcionarles asistencia técnica cuando se requiera desarrollar una línea de negocio como centro logístico de biomasa.

Los resultados del proyecto en datos

Gracias al apoyo del proyecto, 3 centros logísticos de biomasa se han implementado (2 basados en la utilización del zuro de maíz en Austria y 1 basado en el polvo de silo en Francia) y 14 agroindustrias han empezado a dar pasos hacia esta nueva línea de negocio. El Proyecto SUCELLOG ha contribuido a plantar la semilla para un desarrollo sostenible de nuevos conceptos de negocio dentro de las agroindustrias y a conducir iniciativas en línea con los principios de la bioeconomía en Europa.

SUCELLOG en España

Despertando el interés por la valorización de los residuos agrícolas en las cooperativas españolas

En España, el proyecto ha detectado que la mejor oportunidad para implementar centros logísticos de biomasa dentro de agroindustrias se da cuando esta actividad está estrechamente unida a su negocio principal como productor. Es decir, cuando la agroindustria encara un problema unido a la gestión de un «residuo», generado en su propio proceso o procedente de actividades de sus socios; y/o cuando existe una necesidad para satisfacer la demanda energética de su principal actividad.

El Proyecto SUCELLOG se ha centrado en demostrar la viabilidad del concepto, promoviendo la involucración de actores clave en las actividades del proyecto y modificando la actitud del sector agrario hacia la transformación de «residuos» en «productos».

En España, SUCELLOG ha impulsado la movilización de cerca de 3,5 ktep de recursos de biomasa para la producción de calor y una inversión esperada de más de 1,2 millones de euros a corto plazo.

Troil Vegas Altas –cooperativa para la transformación de los subproductos de las almazaras– tiene acceso a grandes cantidades de poda de olivar

La cooperativa planea duplicar la capacidad en los próximos años. Se instalará una línea de secado adicional, incrementando la demanda de calor. La poda de los olivos de la zona se quema actualmente, mientras que su recolección sería beneficiosa desde un punto de vista agronómico y medioambiental.

SUCELLOG ha unido estas dos necesidades, siguiendo los principios de la economía circular, mediante el estudio de la movilización anual de más de 3.000 toneladas de poda a consumir en sus instalaciones. Como consecuencia de las actuaciones del proyecto, se ha iniciado un debate entre agricultores y operadores logísticos. Las instalaciones de almacenamiento existentes y el personal serían empleados y las hojas y fracción fina de la poda entregadas a una planta de compostaje.

Cooperativa Agraria San Miguel de Tauste, industria deshidratadora de forrajes sin mercado para el gran exceso de paja de cereal

SUCELLOG apoyó el desarrollo de una línea de producción de pellets debido a su alto potencial para convertirse en un centro logístico de biomasa. Sus instalaciones de peletización tienen un largo periodo de inactividad (de noviembre a marzo) siendo quemada la paja de la zona en campo, debido a la falta de mercado, mientras que las explotaciones porcinas pertenecientes a los socios, al ser grandes consumidoras de energía, podrían utilizar esa paja. Se obtuvo apoyo del Programa de Desarrollo Rural (PDR) para continuar las actividades de investigación e identificar los recursos de paja de mejor calidad (con menor contenido en cloro).

COCOPE Sociedad Cooperativa –productor de vino y destilería de plantas aromáticas– tiene un problema de gestión de residuos

SUCELLOG evaluó la viabilidad de consumir los residuos de sus actividades (raspón y paja de lavanda) para suplir su propia demanda y la de otras instalaciones cercanas, creando una red de calefacción local. COCOPE utilizaría sus instalaciones de almacenamiento y personal en la nueva iniciativa y contrataría el servicio de briquetado a otra empresa.

Publicaciones del proyecto

Durante el proyecto se han elaborado varios manuales y guías específicamente orientados al sector agroindustrial.

Manuales para las agroindustrias interesadas en comenzar una nueva actividad como centros logísticos de biomasa:

- Manual 1: Información básica.
- Manual 2: Realizar un estudio de viabilidad.
- Manual 3: Lecciones aprendidas y ejemplos de buenas prácticas.

Guías:

- Guía para el diagnóstico.
- Guía del auditor.
- Guía sobre los aspectos técnicos, comerciales, legales y de sostenibilidad.
- Guía para la implantación de un centro logístico agroindustrial en una agroindustria.

Evaluación de las **barreras no tecnológicas y recomendaciones:**

- Resumen sobre las barreras no tecnológicas y recomendaciones de política – Producción de energía a partir de residuos agrícolas sólidos.

Estudios de potencialidad y viabilidad regional, y modelos de negocio:

- Resumen de la situación regional, recursos disponibles y áreas potenciales en España.
- Resumen de la situación actual de la Cooperativa Agraria San Miguel y estudio de viabilidad.
- Modelo de negocio de la Cooperativa Agraria San Miguel.

Se pueden descargar gratuitamente
estos Manuales y Guías en el siguiente enlace:
http://www.sucellog.eu/es/publications-reports-es.html

SIGFITO comienza con la Operación Reciclaje

El sistema de recogida de envases agrarios pone a los agricultores en pie de guerra con la Operación Reciclaje, una campaña de fidelización para luchar a favor del medio ambiente. El agricultor debe combatir la lacra de la contaminación entregando sus envases en los puntos SIGFITO.

Esta campaña, que estará vigente hasta el 31 de diciembre de 2017, pretende incentivar la buena praxis y la concienciación ambiental entre los usuarios de SIGFITO. Todos los agricultores que depositen envases en los puntos y pidan el albarán digital, participarán de forma automática en esta campaña a favor del reciclaje. Por cada kilogramo de envase vacío, acumularán créditos que canjearán por diferentes premios y regalos. Los puntos de entrega también acumularán créditos en función de la cantidad de envases que recojan. En la web de SIGFITO está publicada toda la información sobre esta Operación Reciclaje, en la que podrán acceder tanto los puntos de recogida como los agricultores para consultar sus créditos y el catálogo de premios ■

Creado el **Foro de Participación Sectorial de Calidad Diferenciada**

Este foro responde al compromiso del Ministerio de crear una Estrategia Nacional de Calidad Diferenciada. Cooperativas Agro-alimentarias participará activamente en él, ya que el objetivo es que sea un marco abierto de diálogo en el que estén representados todos los eslabones de la cadena alimentaria.

El pasado 19 de enero se celebró la reunión constitutiva del Foro de Participación Sectorial de la Calidad Diferenciada, creado como punto de debate y encuentro y, no tanto, como un foro institucional. Se abrirá a la producción, la industria, figuras de calidad diferenciada dependientes del MAPAMA, organismos representantes de estas figuras (CECRV [Conferencia Española de CCRR vitivinícolas], Denominaciones de Origen), asociaciones de la distribución, consumidores y representantes de la Administración Regional.

La apertura corrió a cargo del director general de la Industria Alimentaria, indicando que el éxito futuro del sector agroalimentario se tiene que sustentar en la calidad diferenciada. Indicó que contamos con unas exportaciones de 45.000 millones de euros, lo que refleja una posición favorable en los mercados exteriores en los que el consumidor identifica y demanda productos de calidad diferenciada.

Esta reunión constitutiva del Foro de la Calidad Diferenciada da cumplimiento a uno de los compromisos de esta legislatura que la ministra de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente expuso ante el Parlamento el pasado mes de diciembre.

Por otra parte, anunció el próximo diseño de una Estrategia Nacional de Calidad Diferenciada al objeto de marcar una hoja de ruta al respecto.

Durante esta reunión se expusieron igualmente los principales aspectos relacionados con las figuras de calidad diferenciada de productos agroalimentarios, vinos y bebidas espirituosas así como de los controles oficiales que se llevan a cabo para garantizar el cumplimento de la normativa aplicable a los productos que se comercializan amparados bajo las mismas.

De la misma manera, se informó también sobre las iniciativas puestas en marcha, así como de las previstas, por la Unión Europea y por el Ministerio en materia de calidad, incluidas las actividades para la defensa de los nombres protegidos.

Se presentaron datos acerca del valor económico estimado en 2015 de productos con indicaciones geográficas (DOP/IGP) y ETG en España, que suponen 5.451 M/€ de los 60.000 de la UE.

A nivel europeo las iniciativas en esta materia que se están llevando a cabo están basadas en el desarrollo legislativo de las figuras de calidad, tratando de tender hacia una alineación entre los vinos y bebidas espirituosas y el resto de productos agroalimentarios. Además y, también de cierta relevancia, se trabaja en materia de formación y controles, así como en mejorar la coordinación entre los Estados miembro a través de herramientas informáticas, entre otros aspectos.

Control del fraude

Pero es el control del fraude el que marca una de las líneas estratégicas de la UE. De esta forma, se expusieron diversas acciones para la gestión de los retos de fraude en DOPs e IGPs, se mostraron diversas herramientas para la detección del fraude, tanto a través del desarrollo de algunos proyectos europeos como de metodologías analíticas, así como los controles y actividades conexas, destacando las auditorías llevadas a cabo por la FVO.

Dada su importancia, se destacaron las acciones que desde el MAPAMA se llevan a cabo en relación a la protección de los alimentos bajo estas figuras de calidad, como aquellas en relación a la vigilancia de nuevas marcas a través de la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) y de la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO), acciones de colaboración y coordinación, de consolidación de la estructura y organización sectorial y, por último, de divulgación, promoción y formación.

Para finalizar, el MAPAMA expuso las líneas en las que tiene previsto trabajar próximamente, además de las habituales antes expuestas.

Así, algunas de ellas serán:

- Creación de un buzón de sugerencias gratuito para todos los agentes de la cadena.
- Elaboración de fichas básicas para las autoridades competentes de control orientadas a los productos bajo indicaciones geográficas que se ofrecen en los lineales de los supermercados.
- Ofrecimiento a las organizaciones de la distribución y a las de la restauración para acciones de formación en marcas de calidad, así como el asesoramiento en la información a incluir en folletos comerciales.
- Inclusión en el Panel de Consumo de información referente a productos bajo indicaciones geográficas. Ya se ha introducido el epígrafe de vinos con Denominación de Origen y existe la intención de incluir el resto de alimentos.
- Colaboración en campañas de promoción de la UE.
- Desarrollo legislativo: Incorporación de nuevas disposiciones comunitarias (Reglamento 2015/2424 sobre la marca comunitaria) al marco estatal y desarrollo de la Ley 28/2015 para la defensa de la calidad alimentaria.

Constituido este foro, se pretende que se trate de un marco abierto de diálogo entre todos los agentes implicados ■

La COGECA convoca el **Premio Europeo a la Innovación Cooperativa**

La COGECA, Confederación de Cooperativas Agrarias de la UE, ha hecho pública la convocatoria del Premio Europeo a la Innovación Cooperativa con el objetivo de promover prácticas y soluciones innovadoras ideadas por las cooperativas.

Desde Bruselas, el secretario general del Copa-Cogeca, Pekka Pesonen, ha declarado que «los agricultores europeos y sus cooperativas son conocidos por sus alimentos nutritivos y de alta calidad que, además, cumplen con algunos de los requisitos de producción y medioambientales más exigentes del mundo. Sin embargo, para seguir en cabeza, las cooperativas agrarias deben producir más y mejores productos, de manera sostenible. Necesitan innovar continuamente para responder al mercado y a las exigencias de los consumidores, además de para asegurarse una mejor retribución por sus productos».

«Por lo tanto, este galardón pretende promover las prácticas y soluciones innovadoras diseñadas por las cooperativas europeas y divulgar estos logros. Invitamos a nuestras cooperativas miembros a que envíen cuanto antes sus candidaturas.»

El Premio se establece en base a cuatro categorías:

– Procesos alimentarios.
– Innovación en el modelo empresarial.
– Gobernanza y servicios a los socios.
– Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)-digitalización.

El plazo de solicitud expira el **23 de junio** y la ceremonia de entrega de premios tendrá lugar el 29 de noviembre de 2017.

Para más información, consultar **www.eaci.copa-cogeca.eu**

Las cooperativas españolas, a la cabeza de Europa

Hay que destacar que en ediciones anteriores de los Premios Europeos a la Innovación Cooperativa, las cooperativas españolas han dado buena muestra del nivel alcanzado en procesos innovadores de toda índole. Así, desde la primera convocatoria de este certamen y entre un nutrido grupo de candidatas presentadas de toda Europa, han sido galardonadas varias cooperativas de nuestro país como Feiraco, el Grupo Pastores, la Agrupación de Cooperativas del Valle del Jerte o la Cooperativa Ganadera de Caspe.

Por ello, desde **Cooperativas Agro-alimentarias de España** animamos a todas las cooperativas que estén llevando a cabo procesos innovadores, que son muchas, a presentarse a este premio y continuar en esta línea de reconocimientos ■

¿De dónde viene esta leche?

Etiquetado obligatorio del origen de la leche y productos lácteos

El pasado mes de mayo de 2015, la Comisión presentó los informes sobre etiquetado en leche y productos lácteos, obligada por el Reglamento 1169/2011 sobre información al consumidor.

El debate no era fácil y tras múltiples informes y consultas, la Comisión concluyó que el etiquetado obligatorio del origen de la leche y los productos lácteos aumentaría los costes para el sector y el producto final, lo que supondría una carga adicional para los operadores.

Solo un año más tarde, el Parlamento Europeo emitía una resolución sobre la información al consumidor en el etiquetado y sobre la identificación del origen de la leche manifestó que:

1. La leche es uno de los productos en los que la indicación de origen es considerada de especial interés para el consumidor.
2. Según la encuesta del Eurobarómetro de 2013, el 84% de los ciudadanos de la UE considera necesario indicar el origen de la leche.
3. Destaca que la indicación obligatoria del origen de la leche, vendida como tal o utilizada como ingrediente en productos lácteos, es una medida útil para proteger la calidad de los productos lácteos y salvaguardar el empleo en un sector que sufre una crisis grave.

El 84% de los ciudadanos de la UE considera necesario indicar el origen de la leche

En resumen, que el PE con esta resolución no vinculante, pide a la Comisión que estudie la inclusión obligatoria del origen de la leche, ya que introducirá transparencia en la cadena alimentaria y reforzará la confianza de los consumidores.

Francia se desmarca

Mientras se producían estos debates entre la Comisión y el Parlamento, en Francia estaban avanzando en la aplicación de una identificación obligatoria del país de origen de leche (y también para los elaborados cárnicos) de carácter nacional.

Esta normativa francesa no estaba apoyada por ninguna reglamentación de la UE, por lo que en principio se creía que no iba a poder ser aplicada, pero después de muchas discusiones entre la Comisión y el Gobierno francés, se le permitía a Francia de forma extraordinaria y a modo de prueba, aplicar durante dos años su norma nacional.

Así, a partir del 1 de enero de 2017 toda la leche vendida en Francia tiene que indicar el origen. En el caso de productos lácteos, para poder etiquetarse como «francés» tiene que tener al menos el 50% de leche ordeñada en Francia.

La reacción de los diferentes países, especialmente los cercanos a Francia, no se hizo esperar y empezaron a surgir propuestas nacionales para regular de forma obligatoria el origen de la leche en el etiquetado. La Comisión había abierto la veda.

En el cuadro se pueden ver las propuestas de algunos países y sus características principales

En España

En el caso de España también ha habido un reacción en el mismo sentido y en estos momentos se está gestando una normativa que obligará al etiquetado del origen de la leche y de los productos lácteos. Hay una clara decisión política de hacerlo, aunque aún no está claro cómo, especialmente sobre algunos aspectos, como por ejemplo si se va seguir la estrategia de Francia de incluir al menos el 50% de producto autóctono para ser del país o ser mucho más restrictivos con este porcentaje.

No obstante, dada la importancia de dar este paso en materia de etiquetado por parte de la administración española, el Ministerio de Agricultura ha iniciado una consulta pública sobre el etiquetado obligatorio con el fin de recabar la opinión de la ciudadanía antes de aprobar un Proyecto de Real Decreto que regule el etiquetado obligatorio del país de origen de la leche como materia prima de la leche y los productos lácteos.

El secretario general de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Carlos Cabanas, ha indicado que espera que en unos cuatro o cinco meses esté publicado un real decreto que obligue al etiquetado del origen de la leche en España, por lo que la medida no será efectiva hasta pasado el verano, como pronto ■

Cooperativas Agro-alimentarias de España aboga por un etiquetado obligatorio y estricto

Sería una medida útil para proteger la calidad de los productos lácteos y salvaguardar el empleo en un sector que soporta una fuerte volatilidad.

Desde **Cooperativas Agro-alimentarias de España** creemos que en España, país deficitario en producción de leche, cualquier producto lácteo que lleve como ingrediente leche u otros productos lácteos de fuera, no se pueda etiquetar como español. Para **Cooperativas Agro-alimentarias de España** este etiquetado debe ser obligatorio y lo más estricto posible, permitiendo que el consumidor vea claramente si hay o no leche de fuera de España en el producto que va a comprar.

Para ello es necesario aprobar un texto legal lo antes posible, con la obligatoriedad del etiquetado obligatorio del país de origen de la leche y de los productos lácteos.

Además, el umbral para decir si una leche o un producto lácteo puede llevar en etiquetado origen España, debe ser cero. Es decir, en cuanto un producto lácteo contenga como ingrediente leche o un derivado lácteo no producido en España, no se podrá poner origen España en la etiqueta.

Este posicionamiento de Cooperativas se fundamenta en que consideramos –como el Parlamento Europeo– que es una medida útil para proteger la calidad de los productos lácteos y salvaguardar el empleo en un sector que soporta una fuerte volatilidad.

Además, no actuar como los países de nuestro entorno en este tema, haría perder competitividad a nuestra leche y productos lácteos respecto a la de esos países.

En el marco de la interpofesional láctea, INLAC, en la que participa **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, se ha llegado al acuerdo de que debe haber una normativa de etiquetado obligatorio de la leche y productos lácteos, pero no ha habido consenso respecto al umbral de utilización de leche como ingrediente para fijar qué origen habría que poner en el etiquetado ■

COMPARATIVA SOBRE EL ETIQUETADO OBLIGATORIO DEL ORIGEN DE LA LECHE

	Objeto	Etiquetado	Ámbito de aplicación	Productos Exportados	Umbral	Entrada vigor	Periodo transitorio	Período aplicación
ESPAÑA: Borrador	Indicación obligatoria del país de origen de la leche y la leche como ingrediente de productos lácteos.	País de ordeño: país. País de envasado o País de transformación: país. Origen de la leche: nombre de país. Cuando todas las etapas ocurren en el mismo país. Cuando las etapas se realizan en varios países: - Origen de la leche: varios países de la UE. - Origen de la leche: países de fuera de la UE. - Origen de la leche: países de la UE y de fuera de la UE. - Origen de la leche: varios países UE. - Varios países fuera de la UE. - Países UE y de fuera de la UE.	ANEXO**	No aplica	No	Al día siguiente a su publicación	Comercializados antes de la entrada en vigor hasta fin existencias	31-03-2019
FRANCIA: Publicado y en vigor	Indicación obligatoria del país de origen de la leche y la leche como ingrediente de productos lácteos o como ingrediente de un producto transformado.	País de ordeño: país. País de acondicionamiento o de transformación: país. Si en alguna de las etapas intervienen varios países, el nombre del país puede sustituirse por: UE/no UE/UE o no UE (¡¡cuando no pueda determinarse el origen!!). Opcional: (única indicación): - Origen: (nombre del país, sólo cuando todas las etapas se realizan en un único país). - Origen: UE/ o UE (cuando el ordeño, envasado y la transformación ocurren en uno o varios países de la UE o de fuera de la UE, respectivamente.	• Leche y nata. • Suero de mantequilla, leche y nata cuajadas, yogur, kefir y demás leches y natas, fermentadas o acidificadas. • Lactosuero. • Mantequilla y demás materias grasas de la leche. • Quesos y requesón. • Productos transformados.	No aplica	50%	01-01-2017	31.03-2017	31-12-2018
ITALIA: Firmada por Ministros.	Indicación obligatoria del país de origen de la leche y la leche como ingrediente de los productos lácteos destinados al consumo humano.	País de ordeño: país. País de envasado o de transformación: país. Opcional: - Origen de la leche: nombre del país". Sólo cuando la leche ha sido ordeñada, envasada y procesada en el mismo país. - Cuando las operaciones ocurren en varios países de la UE o no UE: - "Leche de países de la UE" (para la operación de ordeño). - "Leche envasada o transformada en países de la UE" (para las operaciones). - "Leche de países no UE" (para la operación de ordeño). - "Leche envasada o transformada en países no UE".	ANEXO**			A los 90 días de la publicación	180 días desde la entrada en vigor	31-03-2019
PORTUGAL: Previsión proyecto. Comité PAFF: 14-9-2016	Indicación obligatoria del país de origen de la leche y la leche como ingrediente de los productos lácteos destinados al consumo humano.	País de ordeño y País de transformación: si la leche procede de varios países: "UE"/ "no UE" / UE y no UE", según corresponda). Opcional: (única indicación): "Origen: (nombre del país)". Cuando la leche ha sido ordeñada, envasada y procesada en el mismo país.	ANEXO**	No aplica		Al día siguiente a su publicación	180 días desde la entrada en vigor	36 meses tras la entrada en vigor informe de evaluación
GRECIA Borrador Comité PAFF 10/10/2016	Indicación obligatoria del país de origen de la leche y la leche como ingrediente de los productos lácteos destinados al consumo humano.	País de ordeño. País de transformación. País de envasado. Si la leche como ingrediente: • Se ha ordeñado, transformado y envasado en el mismo país, origen: nombre del país. • Transformación y envasado en más de 1 país UE. Origen: UE. • Idem. Origen: NO UE.	• Leche. • Leche como ingrediente de productos lácteos (en general, sin especificar cuáles).	No aplica			180 días desde la entrada en vigor	
FINLANDIA Borrador		Leche como ingrediente: • País de ordeño: estado miembro o país 3º. • Varios países miembro y/o no-UE. • Varios países UE. • Varios países No-UE.	ANEXO**	No aplica		01-03-2017	31-08-2017	28-02-2019
LITUANIA Borrador	Carácter obligatorio para leche y leche como ingrediente.	Leche como ingrediente: • País de ordeño: país de origen de la leche: estado miembro o país 3º. • Varios países miembro y/o No-UE. • Varios países UE. • Varios países No-UE.	• Leche. • Sólo determinados productos lácteos: leche, kéfir, leche agria, nata, nata agria, cuajada y queso blanco.	Comité PAFF: 14-9-2016				31-12-2018

(**) Anexo:

Productos afectados: *(Corresponde con todas las leches y productos lácteos, según clasificación de la nomenclatura combinada)*

0401 Leche y nata, sin concentrar, azucarar ni edulcorar de otro modo.
0402 Leche y nata, concentradas, azucaradas o edulcoradas de otro modo.
0403 Suero de mantequilla, leche y nata cuajadas, yogur, kéfir y demás leches y natas, fermentadas o acidificadas, incluso concentrados, azucarados, edulcorados de otro modo o aromatizados, o con fruta o cacao.
0404 Lactosuero, incluso concentrado, azucarado o edulcorado de otro modo; productos constituidos por los componentes naturales de la leche, incluso azucarados o edulcorados de otro modo, no expresados ni comprendidos en otras partidas.
0405 Mantequilla y demás materias grasas de la leche.
0406 Quesos y requesón.

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

Los Acuerdos UE-Marruecos no eran ni son aplicables al territorio del Sáhara Occidental... ¿Lo serán en el futuro?

El Tribunal de Justicia dictó en diciembre pasado su sentencia sobre el Acuerdo Agrícola UE-Marruecos. Aunque en ella declara inadmisible el recurso del Frente Polisario por falta de legitimación e invalida la sentencia de primera instancia que anuló dicho acuerdo, lo más destacable de la misma es que concluye que el Acuerdo no se debe aplicar al Sáhara Occidental, por no quedar este espacio incluido dentro del territorio del Reino de Marruecos. Esta sentencia, polémica e histórica, ha provocado una perturbación en las relaciones de Rabat con Bruselas, cuyo alcance y desenlace son aún inciertos.

A finales de 2015, el Tribunal General (TG) dictó una sentencia favorable al recurso presentado por el Frente Polisario de anulación de la Decisión del Consejo de la UE de 08/03/2012 por la que se suscribe el «Acuerdo Agrícola UE-Marruecos». Esta primera sentencia anulaba parcialmente la Decisión del Consejo y se basaba, ante todo, en que el Acuerdo Agrícola era de aplicación al territorio del Sáhara Occidental. Inmediatamente, el Consejo de la UE, acompañado de varios Estados miembro, como Francia o España, interpusieron, a su vez, un recurso de apelación contra esta primera sentencia.

Un año después, el 21 de diciembre de 2016, el Tribunal de Justicia se pronunció al respecto de este recurso:

– Lo más importante de esta Sentencia es que el Tribunal de Justicia determinó que el Sáhara Occidental no forma parte del «territorio del Reino de Marruecos» y que –por lo tanto y de acuerdo con el derecho internacional– los acuerdos UE-Marruecos ni eran ni son aplicables al Sáhara Occidental (ni el Acuerdo de Asociación UE-Marruecos ni el Acuerdo UE-Marruecos sobre la Liberalización del comercio de productos agrícolas y de la pesca).

– Además, en el plano técnico, el Tribunal de Justicia anuló la Sentencia del Tribunal General y, en consecuencia, confirmó la validez del «Acuerdo». Esta anulación se derivó, precisamente, de considerar el Tribunal de Justicia que el Tribunal General cometió un error al interpretar que esos acuerdos sí se aplicaban al Sáhara Occidental. Es por ello también que el Tribunal de Justicia de la UE declaró inadmisible el recurso del Frente Polisario, por falta de legitimación.

La sentencia resultó ser espinosa e histórica, a la vista del revuelo diplomático que ocasionó entre los gobiernos concernidos y de las expectativas generadas en el sector agrario comunitario o en otras partes afectadas, como diversas ONGs o el Frente Polisario.

Las empresas del Sáhara no deberían haberse beneficiado del acuerdo

Empecemos por esto segundo, centrándonos en lo que afecta al sector hortofrutícola. Se deduce de la Sentencia que la producción de las empresas establecidas en el Sáhara Occidental (que se han desarrollado especialmente en los últimos años) no debería haberse beneficiado en el pasado de las concesiones comerciales otorgadas por la UE a Marruecos, como lo han hecho de facto durante años con el consentimiento y la cooperación de la Comisión Europea. Se deduce que, a partir de la sentencia, una opción sería que la Comisión actuara para corregir esa mala práctica, para que el producto procedente del Sáhara Occidental deje de venderse al amparo del acuerdo de liberalización. En ese caso, esta sentencia, podría tener consecuencias sobre las exportaciones hortofrutícolas a la UE al amparo del «Acuerdo UE–Marruecos». Un acuerdo que ha propiciado un aumento progresivo de envíos a la UE en los últimos años provocando la desestabilización del mercado comunitario. El sector hortofrutícola europeo podría entonces estar en disposición de pedir responsabilidades y medidas compensatorias a la UE, por la aplicación del Acuerdo indebidamente en el pasado; además de solicitar a la Comisión que establezca las disposiciones normativas,

de etiquetado, de trazabilidad, registro de empresas y de control necesarias para que, a partir de ahora, se garantice que el producto originario del Sáhara Occidental no se importe a la UE al amparo de las condiciones de liberación comercial.

Sin embargo, a la vista de las declaraciones públicas y las reuniones de máximo nivel mantenidas en los últimos meses entre los mandatarios de la Unión Europea y de Marruecos, parece que los esfuerzos de las administraciones se están dirigiendo más bien en el sentido contrario: dar «seguridad jurídica» al acuerdo sin alterar sus efectos prácticos.

En efecto, desde principios de año, Marruecos exigió el mantenimiento de las condiciones hasta ahora aplicadas a sus importaciones hortofrutícolas hacia la UE, independientemente de la sentencia. Para ello, sacó su artillería pesada, incluyendo amenazas primero veladas, luego explícitas de suspensión de la estrategia de cooperación con la UE, de la colaboración en política de migración y de vigilancia costera o de la cooperación antiterrorista, así como de finalización de la cooperación económica y la sustitución de la UE como socio comercial por otros países...

Calmar turbulencias

La UE reaccionó a estas presiones con misiones diplomáticas al Reino de Marruecos y solemnes y conciliadoras declaraciones públicas con las que ha intentado calmar las turbulencias. Declaraciones de intenciones para «preservar y reforzar la Asociación con Marruecos y garantizar la seguridad de la aplicación del Acuerdo Agrícola» que tendrán que tomar forma en los próximos meses con medidas para retocar los acuerdos entre Rabat y Bruselas, pero que –por mucho que presione Marruecos– no podrán ignorar el veredicto del Tribunal de Justicia.

La Comisión parece haber pasado ya a la acción, aunque con máximo secretismo. Según lo que trascendió de la comparecencia de los servicios jurídicos y de asuntos exteriores el 1 de marzo, ante el plenario del Parlamento Europeo, y de acuerdo con el anuncio público del Servicio Europeo de Acción Exterior, se habrían iniciado ya las conversaciones técnicas bilaterales encaminadas a encontrar «la base jurídica para poder aplicar el Acuerdo al Sáhara Occidental». Es decir, la UE trabajaría para cambiar la norma para que el Acuerdo con Marruecos se pueda aplicar al Sáhara. Si estas conversaciones dieran con una solución, la Comisión podría hacer una propuesta al Consejo para recibir el mandato de negociación («renegociación») para adaptar legalmente dicho Acuerdo.

El Acuerdo UE-Marruecos ha propiciado un aumento progresivo de envíos desde el Sáhara a la UE provocando la desestabilización del mercado comunitario

Aunque, evidentemente, hay urgencia por ambas partes, esta «adaptación» tomará su tiempo, dará que hablar; además se desarrollará en un año que, probablemente, terminará con una nueva sentencia del Tribunal de Justicia, quien deberá pronunciarse, en este caso, sobre otro Acuerdo de gran calado, entre la UE y Marruecos: el de pesca, que podría acabar con una sentencia alineada con la de diciembre, concluyendo que el Sáhara no forma parte de Marruecos, lo que conllevaría retirar de esas aguas la flota comunitaria y ahondar la crisis con Rabat… ■

La baja producción mundial deja a España como máximo referente del mercado

Tal como ocurrió en la campaña 2014/2015, los stocks finales tanto a nivel mundial como en España, se situarán en mínimos, según los cálculos realizados por nuestros servicios técnicos.

Cuando van transcurridos cuatro meses de la campaña 2016/2017, las incógnitas que había a comienzos de campaña y que tanto inciden en el desarrollo del mercado, se empiezan a disipar y todo apunta a que nos encontramos ante una campaña que, desde el punto de vista económico, puede considerarse como buena para el sector productor.

La campaña 2015/2016 finalizó con unos stocks en España de 331.000 toneladas, una cifra media-baja, que unida a una producción estimada inicialmente en 1.300.000 t, y unas importaciones a la baja respecto a la campaña anterior, hacía prever una disponibilidad de Aceite de Oliva en España algo superior a 1.700.000 t, siendo la disponibilidad media de las 6 últimas campañas de 1.800.000 t. Si a ello unimos que las primeras estimaciones del Comité Oleícola Internacional, COI, situaban la producción mundial en 2.800.000 t, una cifra media baja, pero que estaba en consonancia con el consumo mundial situado en las últimas campañas en torno a 2.900.000 t, todo hacía pensar que íbamos a asistir

a una campaña relativamente tranquila sin demasiados sobresaltos.

En octubre, al iniciarse la campaña, el precio del Aceite de Oliva se situaba en España por encima de los 3 €/kg para todas las categorías, precio que se arrastraba, con pequeños altibajos, desde el mes de julio. Desde el punto de vista de la producción, este precio se considera aceptable, en la medida que se cubren los costes de producción.

Escalada de precios

Sin embargo, estos precios iniciaron una subida, lenta pero persistente, ya desde comienzo de campaña por dos razones fundamentales: por el retraso previsto en el inicio de la recolección, lo que podía provocar un bajo nivel de existencias sobre todo de algunas categorías de Aceite de Oliva, y por otra parte por los rumores de que las producciones estimadas para algunos países no se iban a cumplir.

Efectivamente, los rumores de una menor cosecha en Italia y Grecia se fueron confirmando y en noviembre el COI bajaba ya la estimación mundial de producción de 2.800.000 a 2.700.000 t, es decir 100.000 t menos, fundamentalmente por la rebaja de estos dos países. Con el paso del tiempo las estimaciones han ido claramente a la baja en la Unión Europea y en este momento, finales de febrero, ya disponemos de estimaciones más recientes como la realizada para nuestro país por **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, una vez conocidos los datos de producción facilitados por la AICA hasta finales de enero, que la sitúan en 1.267.000 t, y las de la Comisión Europea, con nuevas rebajas para Italia y Grecia.

La producción española, una cosecha "media", y los stocks de nuestro país, claves en el aprovisionamiento mundial de Aceite de Oliva

Con esta información y la facilitada por el COI hemos elaborado el siguiente cuadro:

	PRODUCCIÓN ACEITE DE OLIVA (Toneladas)				CONSUMO 2016/17	PRODUCCIÓN MENOS CONSUMO
21/2/17	COI	COI	COI +CE+CAE	COI +CE+CAE		
País	c/ 2014/15	c/ 2015/16	2016/17	2016/17 s/ 2015/16		
ESPAÑA	842.200	1.401.600	1.267.000	-9,6%	505.000	762.000
ITALIA	222.000	474.600	200.000	-57,9%	550.000	-350.000
GRECIA	300.000	320.000	185.000	-42,2%	125.000	60.000
PORTUGAL	61.000	109.000	83.000	-23,9%	70.000	13.000
Principales 4 países UE	**1.425.200**	**2.305.200**	**1.735.000**	**-24,7%**	**1.250.000**	**485.000**
OTROS PAISES PRODUCTORES UE	9.200	17.100	13.900	-18,7%	111.300	-97.400
PAISES NO PRODUCTORES UE					207.200	-207.200
TOTAL UE	**1.434.400**	**2.322.300**	**1.748.900**	**-24,7%**	**1.568.500**	**180.400**
TUNEZ	340.000	140.000	100.000	-28,6%	35.000	65.000
TURQUIA	160.000	143.000	177.000	23,8%	130.000	47.000
MARRUECOS	120.000	130.000	110.000	-15,4%	100.000	10.000
SIRIA	105.000	110.000	110.000	0,0%	105.000	5.000
ARGELIA	69.500	83.500	74.000	-11,4%	83.500	-9.500
Principales países No UE	**794.500**	**606.500**	**571.000**	**-5,9%**	**453.500**	**117.500**
Argentina	30.000	19.000	15.500	-18,4%	7.000	8.500
Australia	19.500	20.000	21.000	5,0%	40.000	-19.000
Chile	18.500	16.500	16.500	0,0%	6.000	10.500
EEUU	5.000	5.000	5.000	0,0%	306.000	-301.000
Suma 4	**73.000**	**60.500**	**58.000**	**-4,1%**	**359.000**	**-301.000**
Resto países	**156.100**	**170.200**	**161.500**	**-5,1%**	**484.000**	**-322.500**
MUNDO	**2.458.000**	**3.159.500**	**2.539.400**	**-19,6%**	**2.865.000**	**-325.600**

Fuente: **Cooperativas Agro-alimentarias de España**. CE: Comisión Europea. CAE: **Cooperativas Agro-alimentarias de España**.

Esta situación ha hecho que el panorama haya cambiado sustancialmente sobre las previsiones iniciales.

La producción estimada a nivel mundial es de 2.539.400 t, un 20% menos que la campaña pasada; destacan especialmente las bajadas de Italia (58%) y de Grecia (42%). Si comparamos esta estimación con la de los últimos 15 años (producción media de 2.860.000 t), tan solo en 3 campañas ha habido una producción menor: la 2002/2003 con 2.495.500 t, la 2012/2013 con 2.401.500 y, recientemente, la 2014/2015 con 2.458.000 t (que en España hubo tan solo 842.200 t). Se trata por tanto de una producción francamente baja.

Si nos atenemos a la estimación de consumo mundial previsto en esta campaña, 2.865.000 t (con un descenso del 3% respecto al ejercicio anterior) vemos que es una cifra superior en 325.600 t a la producción. Dado que, según el COI, los stocks finales de la campaña pasada ascendían a 535.500 t (331.000 t en España) vemos lo ajustado del balance mundial, y de ahí la tensión que hay en los precios, no solo en España sino en todo el mundo. En cualquier caso hay existencias suficientes para cubrir las necesidades del mercado.

España, el referente

Por su disponibilidad en Aceite, España siempre es el actor principal en el mercado mundial de Aceite de Oliva, pero en esta campaña su protagonismo es incluso mayor. Si analizamos un balance de cada país restando a su producción lo que consumen, nos da la disponibilidad de Aceite para poner en el mercado. Pues bien, tan solo hay 9 países que tienen Aceite de Oliva disponible con un montante de 981.000 t de los que 762.000 t, el 78%, corresponden a España.

Balance de campaña en España

El balance de campaña que prevemos para España viene reflejado en el cuadro, del que destacamos el mantenimiento del consumo interno (quizás vaya algo a la baja si los precios se mantienen a un nivel alto) y gran incremento de las exportaciones para cubrir las necesidades de los mercados exteriores. Al final de campaña deberían quedar, tal como ocurrió en la campaña 2014/2015, unos stocks mínimos que se situarían en torno a las 200.000 t, lo que supone técnicamente un stock nulo.

Evolución del balance de campaña de aceite de oliva

ESPAÑA							20/2/17 Estimacion Coops. Agro-Alimentarias
CAMPAÑAS	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17 Estimación
Stock inicial	420.700	474.100	692.500	300.700	500.400	180.700	331.000
Producción	1.391.900	1.615.000	618.200	1.781.500	842.200	1.403.100	1.267.000
Importaciones	43.500	59.800	119.200	57.600	159.100	117.700	90.000
TOTAL DISPONIBLE	1.856.100	2.148.900	1.429.900	2.139.800	1.501.700	1.701.500	1.688.000
Consumo +Pérdidas	554.100	580.900	499.200	536.500	494.600	502.400	505.000
Exportaciones	827.900	875.500	630.000	1.102.900	826.400	868.100	975.000
TOTAL SALIDAS	1.382.000	1.456.400	1.129.200	1.639.400	1.321.000	1.370.500	1.480.000
STOCK FINAL	474.100	692.500	300.700	500.400	180.700	331.000	208.000
Salida media mensual al mercado	115.167	121.367	94.100	136.617	110.083	114.208	123.333
Salidas/Disponibilidad	74,46%	67,77%	78,97%	76,61%	87,97%	80,55%	87,68%
Precio medio (Pool-Red)	1.803,16	1.812,87	2.564,91	2.043,64	2.987,46	3.078,75	
	-4,4%	0,5%	41,5%	-20,3%	46,2%	3,1%	
						01/10/15 a 30/09/16	
Valor económico comercial (sin importaciones)	2.413.529.660	2.531.854.242	2.590.559.100	3.232.629.752	3.471.129.774	3.857.058.000	
		4,9%	2,3%	24,8%	7,4%	11,1%	

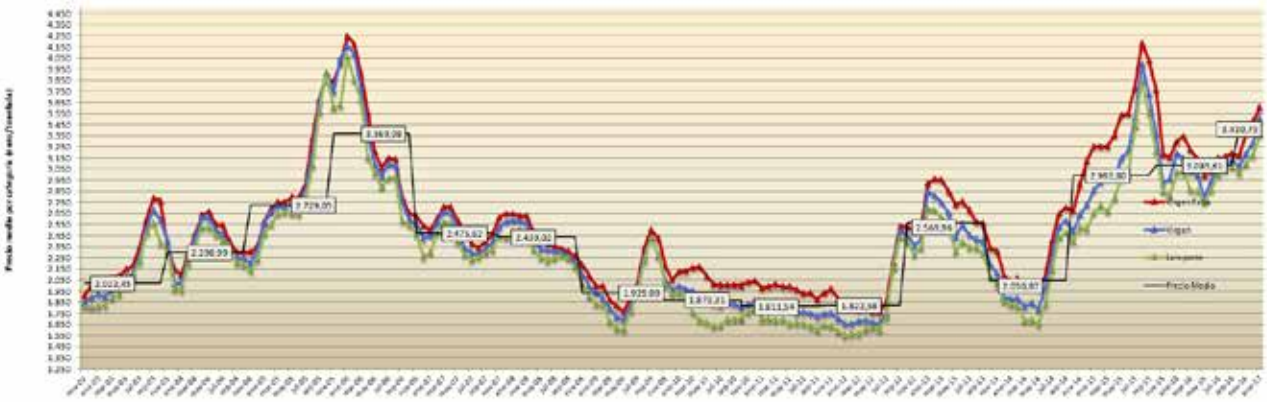
Fuente: **Cooperativas Agro-alimentarias de España**
Datos en toneladas
Precio medio y valor económico en euros / tonelada

Precios a nivel mundial

Ante esta situación, no puede extrañar la evolución de precios que se está produciendo no solo en nuestro país, sino a nivel mundial. No hablemos de los precios de Italia, que con una producción tan escasa (no alcanza la cuarta parte de sus necesidades de comercialización) y un mercado muy cerrado de sus aceites, no tiene comparación con lo que ocurre en el resto del mundo, en el resto de países los aceites están siguiendo exactamente la misma tendencia que en España y al mismo nivel de precios; incluso en Túnez tenían precios superiores a los nuestros.

Tal como comentábamos, a lo largo de la campaña se ha ido produciendo un alza en los precios, de tal manera que a finales del mes de febrero se situaban en torno a 3,80 €/kg para la categoría Virgen, lo que de alguna manera confirma las estimaciones de producción y consumo que hemos reflejado.

Evolución de precios medios mensuales en origen de Aceite de Oliva (PoolRed)



El nivel de precios es alto, es verdad que tal como vemos en el gráfico ha habido campañas en que los precios han sido incluso más altos, pero con el peligro añadido de que después de una fuerte subida se ha producido una fuerte bajada, lo que no beneficia en nada el desarrollo del mercado.

Confiemos en que en esta ocasión el mercado juegue bien sus bazas y no se produzcan estos picos tan altos, que a nadie favorecen, sino que haya una cierta estabilidad en los precios con variaciones escalonadas. Tal como ocurre en cada campaña en el mes de mayo, según se desarrolle la floración y el cuajado de frutos y de cómo hayan sido las condiciones climatológicas –en especial el régimen de lluvias del periodo invierno/primavera, lo que configurará la próxima cosecha–, el mercado reaccionará en un sentido u otro a las nuevas expectativas.

En cualquier caso, en la campaña pasada, la estimación del valor del aceite de oliva comercializado, calculado de manera que el volumen comercializado (sin contar las importaciones) lo multiplicamos por el precio medio de POOLRED a salida de almazara, vemos que se batió un récord al alcanzar una cifra superior a los 3.850 millones de euros. En esta campaña todo parece indicar que esta cifra se sobrepasará y por tanto será un buen año para el sector productor ■

Luz verde

a los programas nacionales de apoyo al sector vitivinícola

El 15 de febrero se publicó el Reglamento de Ejecución (UE) 2017/256 de la Comisión que garantiza la continuidad de los programas nacionales de apoyo en el sector vitivinícola para los ejercicios financieros de 2019 a 2023.

Cooperativas Agro-alimentarias de España valora especialmente esta medida, ya que llevábamos tiempo defendiendo la continuidad de los programas de apoyo en Bruselas a través del Grupo de Trabajo Vino de la COGECA y del Grupo de Diálogo Civil Vino, en el que Ángel Villafranca ostenta la vicepresidencia.

Actualmente, las medidas del programa de apoyo 2014-2018 al sector vitivinícola que estamos aplicando en España son:

a) Promoción en mercados de terceros países.
b) Reestructuración y reconversión de viñedos, para: reimplantación de viñedos, reconversión varietal o mejora de las técnicas de gestión de viñedos. Podrá concederse apoyo a la replantación de viñedos tras arranque obligatorio por motivos sanitarios o fitosanitarios por orden de la autoridad competente.
c) Eliminación de subproductos.
d) Innovación.
e) Cosecha en verde. El Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente podrá decidir antes del 15 de abril de cada año, previa solicitud debidamente justificada de una o varias Comunidades Autónomas, aplicar esta medida con el fin de evitar crisis de mercado y recobrar el equilibrio de la oferta y la demanda.

La línea de ayuda correspondiente a la medida de inversiones agotó el presupuesto y a partir del 1 de febrero de 2016 el apoyo a nuevos proyectos de inversión en el sector vitivinícola se realiza a través de los programas de desarrollo rural (fondos FEADER). Todo ello sin perjuicio de los compromisos realizados anteriormente para inversiones plurianuales, que son los que se reflejan en el cuadro adjunto.

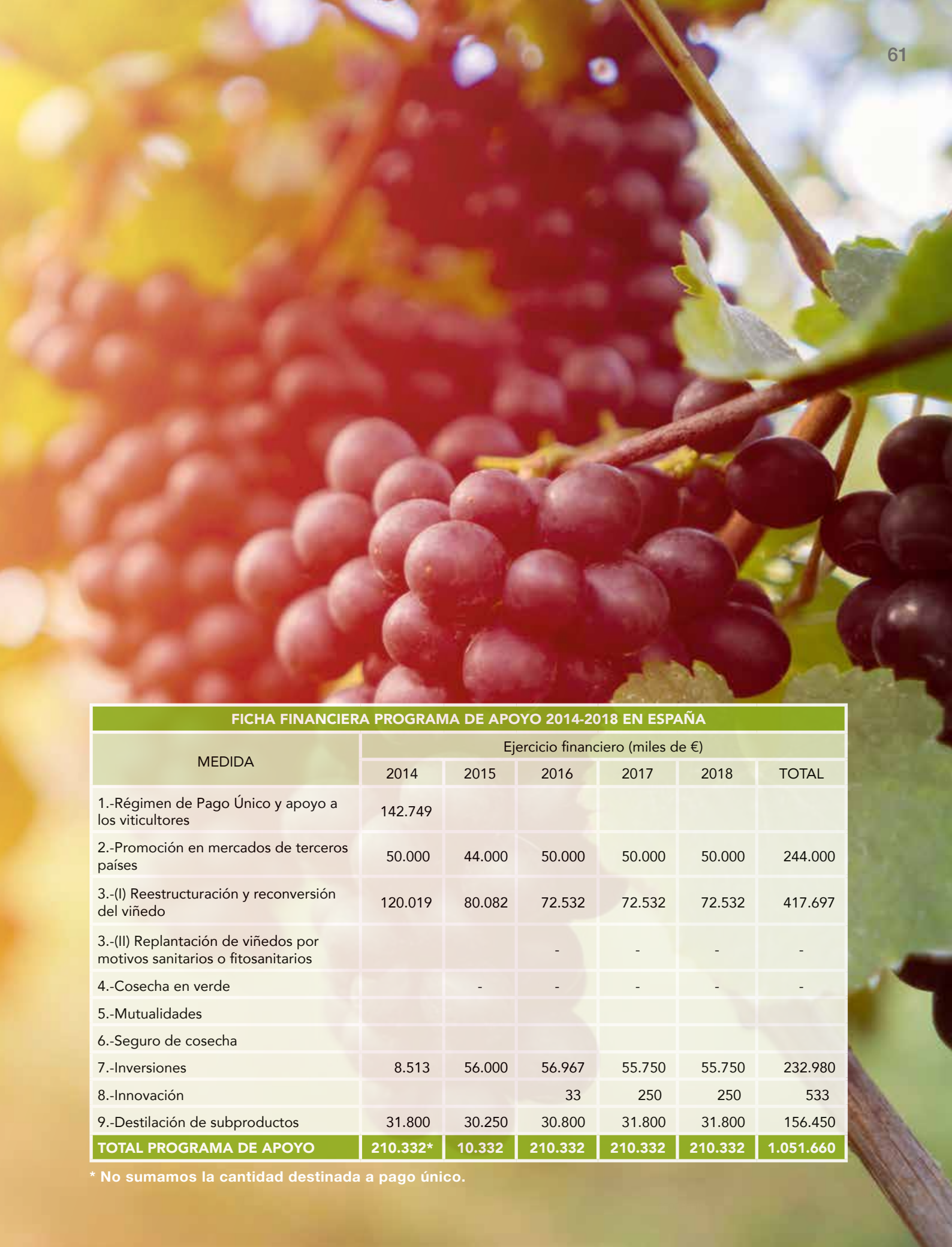
También se podrían haber contemplado las medidas de Fondos mutuales y Seguro de cosecha, pero en España no son elegibles.

Para garantizar la continuidad de los nuevos programas de apoyo, debe elaborarse un proyecto de programa de apoyo quinquenal para los ejercicios financieros de 2019 a 2023. Dado que el marco financiero plurianual vigente prevé la financiación de la Política Agrícola Común hasta 2020, es necesario formular una reserva en cuanto a la disponibilidad de fondos a partir de 2021. Por motivos de coherencia, es necesario establecer modelos en lo que respecta a la presentación de los programas nacionales de apoyo para el periodo de 2019 a 2023. Por ello, está garantizada la financiación comunitaria de 2019 y 2020.

Ahora nos toca realizar propuestas al Ministerio, para que sean tenidas en cuenta, ya que España presentará a la Comisión el proyecto de programa de apoyo nacional para los ejercicios financieros de 2019 a 2023 a más tardar el 1 de marzo de 2018.

Desde **Cooperativas Agro-alimentarias de España** estamos defendiendo la continuidad de las medidas de promoción, reestructuración y reconversión de viñedos, destilación e inversiones.

Además, si las dotaciones nacionales previstas para el ejercicio financiero de 2021 y siguientes se modifican después de esa fecha, España deberá adaptar los programas de apoyo consecuentemente ▪



FICHA FINANCIERA PROGRAMA DE APOYO 2014-2018 EN ESPAÑA						
MEDIDA	Ejercicio financiero (miles de €)					
	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1.-Régimen de Pago Único y apoyo a los viticultores	142.749					
2.-Promoción en mercados de terceros países	50.000	44.000	50.000	50.000	50.000	244.000
3.-(I) Reestructuración y reconversión del viñedo	120.019	80.082	72.532	72.532	72.532	417.697
3.-(II) Replantación de viñedos por motivos sanitarios o fitosanitarios			-	-	-	-
4.-Cosecha en verde		-	-	-	-	-
5.-Mutualidades						
6.-Seguro de cosecha						
7.-Inversiones	8.513	56.000	56.967	55.750	55.750	232.980
8.-Innovación			33	250	250	533
9.-Destilación de subproductos	31.800	30.250	30.800	31.800	31.800	156.450
TOTAL PROGRAMA DE APOYO	**210.332***	**10.332**	**210.332**	**210.332**	**210.332**	**1.051.660**

*** No sumamos la cantidad destinada a pago único.**

Seguro para Explotaciones de Uva de Vino, una herramienta eficaz para el viticultor

Información remitida por **Agroseguro**

España es uno de los principales productores mundiales de uva de vino, un sector de gran relevancia económica, social y cultural en nuestro país. La vid ocupa el tercer puesto en extensión de terreno cultivado, en relación con otros cultivos típicos en España, situándose por detrás de los cereales y del olivar.

El seguro agrario refleja también esta situación. Así, en las últimas dos cosechas, el seguro para uva de vino ha sido el segundo que más se ha contratado, tanto en número de pólizas, como en superficie asegurada, tan solo por debajo de cultivos herbáceos.

En total, para la cosecha 2016, se firmaron cerca de 26.600 pólizas que daban cobertura a casi 386.600 hectáreas de cultivo y a 2,63 millones de toneladas de uva de vino. Por Comunidad Autónoma, Castilla-La Mancha es la que más contrató este seguro, con cerca de 13.000 pólizas, casi 210.000 ha aseguradas y 1,46 M/t.

A continuación, atendiendo a la superficie y a la producción asegurada, se sitúa Castilla y León, que en concreto para la cosecha 2016 registró cerca de 1.900 pólizas de seguro de uva de vino, que daban cobertura a más de 22.140 ha de cultivo y a una producción de uva de vino de casi 132.300 t.

Respecto a los siniestros, en los últimos años, las condiciones climáticas están siendo muy variables e intensas. A lo largo de 2016 se produjeron diferentes fenómenos atmosféricos adversos que causaron daños en la producción de uva de vino. Aunque el invierno comenzó siendo más cálido de lo normal, febrero trajo consigo las primeras heladas. A continuación, la primavera resultó especialmente lluviosa. Además, desde el final de la primavera y prácticamente a lo largo de todo el verano se sucedieron varios episodios tormentosos con pedriscos de gran intensidad. A esto hay que añadir las altas temperaturas del verano, que se prolongaron hasta bien entrado el mes de septiembre, y las intensas lluvias de los últimos meses del año. Así, en total, las hectáreas afectadas por los distintos fenómenos meteorológicos ascendieron a casi 50.245.

Pedrisco, sequía y helada, los mayores riesgos

El pedrisco fue el riesgo que más daño causó en uva de vino, con casi 22.000 ha afectadas; la siguen la sequía, con alrededor de 11.000 ha siniestradas; y la helada con más de 9.725 ha afectadas. Entre los tres riesgos acumulan más del 84% del total de las hectáreas de uva de vino con siniestro.

En total, la siniestralidad para los viticultores que aseguraron la cosecha 2016, asciende a 15,7 millones de euros.

Este tipo de situaciones, tan adversas para las producciones agrarias, ponen de manifiesto la conveniencia que tiene para los agricultores contar con un seguro para Explotaciones de Uva de vino, cuyo **periodo de contratación se inicia el 1 de octubre**. Además, para esta campaña, se incluye como novedad un **5% de bonificación para nuevos asegurados** o hayan dejado de suscribirlo los tres últimos años.

Ahora es el momento de contratar el **Seguro de Primavera**, que cubre los riesgos de **pedrisco** y **riesgos excepcionales por parcela** y permite **escoger** los riesgos de **helada** y **marchitez fisiológica por explotación o por parcela** ■

OPERACIÓN

RECICLAJE

PLÁNTATE CONTRA LOS RESIDUOS Y COSECHA GRANDES PREMIOS

La contaminación, ese gran enemigo de la tierra, está atacando el entorno que nos rodea. Y tú tienes la misión de combatirla, depositando tus envases vacíos agrarios en los **Puntos de Recogida Oficiales Sigfito**.

De esta manera no solo le ganarás la batalla a la quema o el abandono de envases usados, sino que además cumplirás con la ley y ganarás **increíbles premios directos.**

Entra ya en **www.sigfito.es/operaciónreciclaje**, descubre toda la información sobre la Operación Reciclaje y alístate para proteger tus cosechas.

SIGFITO

AGROENVASES, S. L.

TOP SECRET

PAC 2017

AgroBank

"MI GESTOR SE OCUPA DE TODO"

En AgroBank, sabemos lo importante que es para usted contar con el apoyo de alguien que conozca su negocio y que comparta su pasión por el sector agrario. Por eso, ponemos a su disposición un experto que le facilite los **trámites de la PAC** y, además, **le anticipamos las ayudas cuando lo necesite**.

www.CaixaBank.es/AgroBank

CaixaBank

ADO

Patrocinador del Equipo Olímpico

NRI: 1784-2017/09681