



AgroBank

Revista de información agroeconómica

ENCUENTRO CON... /// María Naranjo, directora
Industria Alimentaria del ICEX

INNOVACIÓN /// Alianza entre CaixaBank y el IEC para
acelerar la digitalización del sector agro

VIAJE AL GUSTO /// Un viaje enoturístico por
la isla de Gran Canaria

N48 2022



OPINIÓN DE...

Francisco Martínez Arroyo

Consejero de Agricultura, Agua y Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha.

AL DÍA

P04



ENCUENTRO CON

P08



A FONDO

P11



INNOVACIÓN

P13



VIAJE AL GUSTO

P15



BLOG AGROBANK

P18



EDICIÓN:
CaixaBank, S.A.
Pintor Sorolla, 2-4
46002 València
www.CaixaBank.es/agrobank

DIRECCIÓN:
Departamento de Marketing de CaixaBank

REDACCIÓN:
Eumedia, S.A.

DISEÑO:
Diseño y maquetación:
Joan Marco Freixas

IMPRESIÓN:
.....

DEPÓSITO LEGAL: B-27.716.2010

Reservados todos los derechos. La información recogida en este boletín procede de fuentes fiables. No obstante, los editores no responden de su certeza ni de los posibles errores derivados de su utilización, ni se hacen responsables de las opiniones y valoraciones contenidas en el mismo.



Francisco Martínez Arroyo

Consejero de Agricultura, Agua y Desarrollo Rural

Campo y Alma, una apuesta por los alimentos de calidad de Castilla-La Mancha

Hoy nadie duda de la importancia de las decisiones que todos los días tomamos cada uno de nosotros a la hora de consumir. Como consumidores, tenemos una enorme responsabilidad en actuaciones tan cotidianas como comprarnos una camiseta o el último modelo de móvil. Esas compras son importantes, pero no son comparables con una actividad que hacemos a diario: alimentarnos. Adquirimos alimentos para consumirlos en casa o en el canal HORECA, pero también para regalarlos o compartirlos con familiares o amigos.

Cuando nos decantamos por un alimento u otro, elegimos mucho más que por precio. Elegimos por sabor o por apariencia, pero también por lo que nos inspira un producto. Cuando comemos un pan con aceite de oliva podemos recordar las meriendas de cuando éramos niños; cuando bebemos un vino o probamos un queso manchego, nos vienen aromas de nuestra tierra.

Hoy Castilla-La Mancha cuenta con una herramienta más para ayudarnos como consumidores a reconocer ese producto que nos acerca a nuestra tierra, pero también un producto que genera empleo y desarrollo en nuestros pueblos. Esa herramienta se llama *Campo y Alma*.

Campo y Alma es una apuesta de Castilla-La Mancha para

lanzar nuestros mejores productos agroalimentarios al mundo. Alimentos de calidad diferenciada como el ajo morado de Las Pedroñeras o el azafrán de La Mancha, el mazapán de Toledo o la miel de La Alcarria. Cuando cualquier consumidor lea las palabras *Campo y Alma* en la etiqueta de un producto, sabrá que tiene en sus manos un alimento de calidad excepcional, con las mayores garantías y que apoya a nuestro medio rural.

Castilla-La Mancha es agricultura, ganadería e industria agroalimentaria, pero también es cultura y tradición; y nuestra región necesitaba una marca que agrupara a nuestros mejores productos.

Hoy es más fácil reconocernos en el lineal de los mercados, pero también lo es encontrar nuestros productos en internet. Nadie duda ya de la importancia del comercio *on-line*, y por eso hemos puesto en marcha un *marketplace* (<https://market.campoyalma.com/>), una lonja de lonjas que unirá a los productores con los consumidores, permitiendo que una persona de cualquier punto del mundo pueda adquirir berenjenas de Almagro o cordero manchego directamente de un productor.

Apostar por la alimentación de calidad es apostar por nuestros agricultores y ganaderos, apostar por nuestra industria y por nuestros pueblos. Apostar por la alimentación de calidad es apostar por nuestro campo y nuestra alma.

AGENDA

MARZO

Del 8 al 9

MEAT ATTRACTION

www.ifema.es



ABRIL

Del 4 al 6

BWW

barcelonawineweek.com

BWW
BARCELONA WINE WEEK

ABRIL

Del 4 al 7

ALIMENTARIA

www.alimentaria.com



Alimentaria

ABRIL

Del 26 al 30

FIMA

www.ifema.es



Apuesta por el consumo nacional de productos ecológicos



El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, presentó la campaña de promoción *Aquí somos eco-lógicos. Nada que esconder*, con el objetivo de incrementar el consumo nacional de productos ecológicos "tanto por sus beneficios medioambientales como por la oportunidad de acompañarlo al crecimiento de estas producciones en España."

Esta campaña, enmarcada en la estrategia Alimentos de España, pone el acento en la transparencia, la trazabilidad, la certificación y el etiquetado, porque hay consumidores que aún recelan de las materias primas o los productos ecológicos.

El 1 de enero del 2022 comenzó a aplicarse el nuevo reglamento de la UE para la producción ecológica, por lo que todos los operadores están obligados a actualizar su sistema de autocontrol para adaptarse.

En este sentido, se considera fundamental que el consumidor perciba la certificación comunitaria de la *eurohoja* como un identificativo que asegura la calidad con total garantía de los productos ecológicos en cada etapa del proceso de producción.

Más gasto en productos bio

El gasto de los consumidores españoles en productos ecológicos alcanzó en el 2020 los 2.528 M€, lo que supone un crecimiento del 7 % respecto al año anterior, mientras que el porcentaje de gasto en alimentos ecológicos respecto al total alimentario de España en dicho año se situó en un 2,48 %. El gasto por persona y año llegó a los 53,41 €, un 6,10 % más que el registrado el año anterior, según el informe *Análisis de la caracterización y proyección de la producción ecológica española en el 2020* elaborado por el MAPA. En el período 2015-2020, el crecimiento del gasto en productos ecológicos ha sido del 67,42 %.



Se estrena la nueva ley de la cadena alimentaria para unas relaciones comerciales más justas y transparentes



El pasado 15 de diciembre, el Boletín Oficial del Estado publicaba la normativa con la reforma de la Ley de Medidas para Mejorar el Funcionamiento de la Cadena Alimentaria, un elemento clave para lograr unas relaciones comerciales más justas, equilibradas y transparentes.

OCHO MEDIDAS A DESTACAR

- Cada operador de la cadena alimentaria debe pagar al operador inmediatamente anterior un precio igual o superior al coste de producción asumido. Los costes de producción se constituyen como la base de la negociación de los contratos escritos.
- Existe la obligatoriedad de formalizar el contrato por escrito en todas las operaciones comerciales, salvo las de precio inferior al indicado por la normativa de lucha contra el fraude (1.000 € en la actualidad) y las operaciones con pago al contado.
- En la primera venta de productos del sector pesquero y acuícola, realizadas en lonjas o mediante subasta a la baja, se dará por válida la sustitución del contrato por la factura y la documentación prevista en la normativa pesquera.
- Nuevos elementos del contrato: se incorpora la indicación de las categorías y referencias contratadas, la referente a la determinación del precio o a la indicación del mecanismo de resolución de conflictos.
- No se pactarán actividades promocionales que induzcan a error sobre el precio e imagen de los pro-

ductos, ni perjudiquen la percepción de la calidad o el valor de los mismos.

- Se incrementa el catálogo de prácticas comerciales desleales y se incluyen nuevas infracciones. En particular, se prohíbe la venta a pérdidas.
- Se refuerza el papel de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA), a la que se reconoce como autoridad de ejecución nacional.
- Se incluye en el ámbito de aplicación de la ley a las empresas de hostelería y restauración con un volumen de facturación superior a 10 M€ y las empresas en actividades de servicios de eventos con un volumen de facturación superior a los 50 M€.

Doble potencia eléctrica en regadío y rebaja fiscal a insumos

En esta nueva ley se incluye una disposición adicional sobre contratación de potencias eléctricas, en uno de cuyos párrafos se señala literalmente: "El Gobierno posibilitará la contratación de dos potencias eléctricas a lo largo del año, discriminando la época de riego y la de no riego, así como la bonificación de hasta un 35 % y un 15 % de la factura del gasóleo y la de los plásticos y fertilizantes, respectivamente, utilizados en las actividades llevadas a cabo a favor de los operadores de la cadena sujetos al ámbito de aplicación previsto en el artículo 2 de la Ley 12/2013, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria."

Otros 64 M€ para digitalizar el medio rural



El Ministerio de Agricultura ha lanzado el II Plan de Acción 2021-2023 de la Estrategia de Digitalización del Sector Agroalimentario y del Medio Rural. En el mismo se van a poner en marcha 21 actuaciones con un importe de 64 M€ para el período 2021-2023.

Dicho plan incluye medidas de calado para el sector agroalimentario, ya que su ejecución supondrá un cambio en temas esenciales como la apertura de datos, la formación y asesoramiento en competencias digitales, la generación de información o la financiación al emprendimiento digital.

Ayudas de 345 M€ para inversiones ambientales y digitales



El Consejo de Ministros aprobó el pasado 2 de noviembre dos reales decretos por los que se establecen las bases reguladoras para la concesión de ayudas para líneas de inversiones destinadas a la transformación ambiental y digital del sector agrícola y ganadero que suman un total de 345 M€ entre los años 2021 y 2023.

Estas subvenciones financiarán actuaciones contempladas dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), por lo que serán financiadas con fondos del instrumento europeo de recuperación Next Generation EU.

Se trata del Plan de Impulso a la Sostenibilidad y Competitividad de la Agricultura y Ganadería, II y III, inversiones C3.I3 y C3.I4, contempladas en el componente 3 del PRTR que gestiona el MAPA y que tiene como objetivo adoptar las reformas estructurales necesarias para promover un cambio en el modelo de producción agrícola y ganadera que mejore su sostenibilidad en términos medioambientales, económicos y sociales.

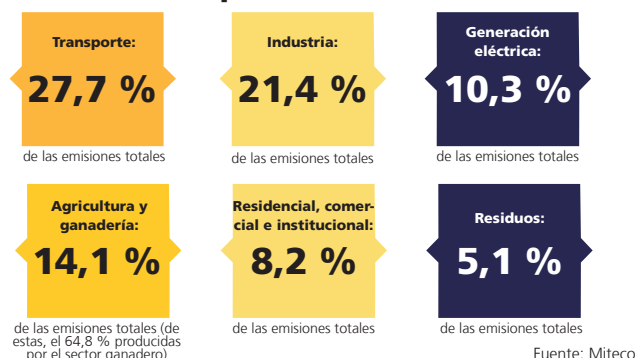
Compromiso del sector ganadero-cárnico para reducir sus emisiones de GEI

El sector ganadero-cárnico español está trabajando de forma coordinada para reducir en un 30 % las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) atribuibles a su actividad, como parte de su firme compromiso para avanzar hacia la neutralidad ambiental y el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), según informaron las seis organizaciones interprofesionales del sector, ASICI, AVIANZA, INTERCUN, INTEROVIC, INTERPORC y PROVACUNO.

Para alcanzar estos objetivos de reducción, el sector está involucrado en inversiones de 600 M€ en el ámbito de la producción ganadera y 542 en las industrias para avanzar hacia la neutralidad ambiental y el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

El plan incluye 529 proyectos para la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, 724 para reducir las emisiones de amoníaco, 220 centrados en reducir las emisiones en el transporte y otras 110 inversiones en otros aspectos relacionados con la sostenibilidad.

Principales fuentes de emisiones de GEI en España en el 2020



Fuente: Miteco

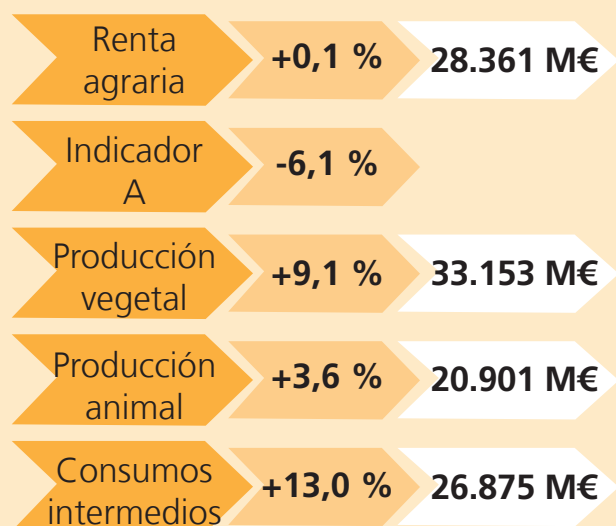
El coste de los insumos se “come” casi la renta agraria

A pesar del aparente comportamiento neutral de la renta agraria en el 2021, el Ministerio de Agricultura constata, en su primera estimación, que este ejercicio ha sido convulso debido a los fuertes incrementos en los costes de los insumos agrarios (+13,0 %), que supusieron un gasto de 26.875 M€, equivalente por tanto a casi un 95 % de la renta agraria.

RENTA AGRARIA

2021

1ª ESTIMACIÓN NOVIEMBRE 2021



Estos aumentos en los costes intermedios no terminaron de visualizarse, en cambio, en la evolución de la renta agraria debido al buen comportamiento de determinados sectores de la producción, que vienen a compensar el incremento de los costes de producción.

En cuanto a los precios de los *inputs*, se produjo una subida generalizada en todos los grupos, destacando la subida experimentada por los precios de la energía (+34,1 %), seguida de fertilizantes (+22,1 %), piensos (+14,2 %) y, en menor medida, productos fitosanitarios (+2,6 %), semillas (+1,5 %) y gastos veterinarios (+1,1 %).

La renta agraria en términos corrientes por unidad de trabajo anual (UTA) ha disminuido un 4,6 %, hasta alcanzar los 34.437 €, al incrementarse en un 5 % el volumen de trabajo en la agricultura expresado en UTA.

El Plan Renove eleva su presupuesto hasta 9,5 M€



El ministro de Agricultura, Luis Planas, informó recientemente en el Congreso de los Diputados que el Plan Renove 2022 dispondrá de una partida presupuestaria de 9,5 M€, casi un 50 % más que este año, ayudas que se agotaron en menos de 24 horas tras abrirse el plazo de solicitud el 15 de junio.

Según el MAPA, la experiencia acumulada tras cinco años de funcionamiento del Plan Renove permite en las dos próximas convocatorias (2022 y 2023) ampliar el tipo de máquinas subvencionables; aumentar la cuantía base de las ayudas y la cuantía total en consonancia con las prioridades (clasificación energética, ausencia de estructura de protección homologada o última fase de emisiones, entre otras), así como incluir otras formas de adquisición como *leasing* o *renting*, alternativas por las que cada vez optan más agricultores, según sus necesidades específicas.

Se prevé que el Ministerio de Agricultura aproveche la celebración de la próxima Feria Internacional de Maquinaria Agrícola (FIMA) 2022, cuya cita se ha trasladado con motivo de la expansión de la COVID-19 de febrero al 26-30 de abril, para anunciar la normativa de convocatoria y los plazos que se aplicarán a las solicitudes de ayuda del Plan Renove 2022.



“Nuestro plan estratégico 2022 cuenta con tres ejes: diversificación, diferenciación y digitalización”

María Naranjo,
directora de Industria Alimentaria del ICEX

María Naranjo Crespo es la directora de Industria Alimentaria del ICEX España Exportación e Inversiones, organismo dependiente del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Licenciada en Derecho y en Ciencias Económicas y Empresariales por el ICADE, está vinculada al ICEX desde el año 2002, donde ha ocupado distintos cargos.

Todos los datos apuntan a que este 2021 concluye como un año de recuperación para nuestro sector agroalimentario en cuanto a sus ventas en el exterior. ¿Qué datos maneja el ICEX y cuáles son los subsectores que más han despuntado?

En el 2020, a pesar de la pandemia, las exportaciones de la industria alimentaria en su conjunto crecieron por encima del 4 % (frente a una caída global de las exportaciones españolas de más del 10 %), superando los 52.000 M€ exportados. En el 2021, las exportaciones vuelven a crecer con fuerza, con un incremento hasta septiembre del 10,99 %.

Aunque el auge de las ventas internacionales es generalizado, podemos destacar el fuerte crecimiento de los productos cárnicos de mayor valor añadido (jamones y transformados cárnicos) con un 15 %; los pescados y mariscos, cuyas exportaciones aumentan más de un

25 %, o el aceite de oliva con un crecimiento de más del 17 %. Las bebidas alcohólicas, que fueron una de las partidas más afectadas por el cierre del canal HORECA en el 2020 con una caída del 3,5 %, crecen con fuerza este año a más de un 13 % hasta septiembre.

En este sentido, ¿cuál es su valoración de lo que han supuesto para el sector agroalimentario los dos años más duros de una pandemia que todavía sufrimos?

La industria alimentaria ha sido un motor de exportación durante toda la pandemia y un ejemplo de solidaridad y capacidad de transformación para adaptarse a un entorno cambiante y dar lo mejor de sí misma en momentos de incertidumbre. Comprobamos en el 2020 cómo las bodegas eran capaces de atender las nuevas necesidades de soluciones hidroalcohólicas, renunciando a la producción de vino, y cómo las industrias de alimentos ponían a su disposición los equipos de protección para apoyar a los hospitales.

La industria alimentaria fue la única que permaneció abierta en los momentos más duros para no desabastecer a la población. España se convirtió en la despensa de toda Europa y, a pesar de las restricciones a la movilidad, siguió exportando a todo el mundo. Las exportaciones siguieron creciendo en el 2020. Es cierto que los sectores más sensibles y dependientes del canal

HORECA sufrieron un retroceso de sus ventas nacionales e internacionales, pero este período les ha servido para revisar sus canales de venta, como lo demuestra el fuerte crecimiento del canal *on-line* en ambos ejercicios y para reforzar su alianza y su apuesta por el canal HORECA tras la pandemia.

El 2021 ha traído una noticia importante para la estrategia de internacionalización de nuestra industria alimentaria: el fin del contencioso Airbus-Boeing con EE. UU. y la congelación de los aranceles de retorsión que tanto penalizaban a nuestras empresas. EE. UU. es, sin duda, un mercado fundamental, quizás el más importante fuera de la UE, y es de esperar que las exportaciones a este mercado crezcan con fuerza en los próximos años.

¿Cuál es el plan estratégico de promoción que propone el ICEX a nuestro sector agroalimentario de cara al 2022?

Nuestro plan estratégico tiene varios ejes, que me gusta resumir en tres “D”: la primera, seguir apostando por la **diversificación** de mercados como destino de nuestras exportaciones. Mercados como EE. UU., México y Canadá en América; Japón, Singapur, Filipinas, Corea del Sur o los EAU en Asia, y el Reino Unido en Europa tendrán un gran protagonismo en nuestro calendario. Trabajaremos en actividades de búsqueda de distribución y en acciones que apoyen a los importadores en aquellos países donde las restricciones a la movilidad siguen siendo importantes y, por supuesto, en actividades de oportunidad como los *Food Pitch*, que permiten responder a demandas del *retail* en todo el mundo para ampliar la presencia de productos españoles sin exigir el desplazamiento de las empresas.



Papel de España en el comercio exterior agroalimentario. Fuente: Naciones Unidas, 2020

La segunda “D” se refiere a la **diferenciación** de nuestros productos incidiendo en la excelencia y diversidad de la despensa española. Hemos previsto eventos de

imagen como el pabellón de España en Aspen Food & Wine Classic, el principal festival *gourmet* de EE. UU.; los Spain’s Great Match en Orlando, Nueva York o San Francisco; la Cena de la Gran Orden de Caballeros del Vino en el Reino Unido y los distintos Spanish Extravaganza que organizaremos en México y en varios destinos de Asia. Además, España será el país invitado en la feria *Goûts et Terroirs* en Suiza. A todo ello se unirá la campaña de comunicación y relaciones públicas *Spain Food Nation* que estamos desarrollando con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación en mercados estratégicos como EE. UU., China o el Reino Unido.



La tercera “D” hace referencia a la **digitalización** y la apuesta por el canal *on-line* y el comercio electrónico. Desarrollaremos una nueva edición del programa de formación y acompañamiento en este canal de la mano de la FIAB y hemos apostado por un conjunto de actividades en plataformas electrónicas de todo el mundo (Wine.com, Amazon, ECRM, OCADO...).

¿Cuál es el actual papel del ICEX en el proceso abierto con el Brexit y cómo ve el nuevo panorama para nuestros productos agroalimentarios en el mercado británico?

El ICEX ha hecho un esfuerzo extraordinario para disipar la incertidumbre que rodea el marco regulatorio de acceso al mercado británico tras el Brexit. La Oficina Económica y Comercial ha publicado un conjunto de guías sencillas y precisas sobre las normas y el calendario aplicable en cada producto. Se han realizado infinidad de webinaros informativos, y en Ventana Global las consultas sobre el Brexit de la industria alimentaria han aumentado más de un 40 % en el último año.

Además de este esfuerzo informativo y formativo, el Reino Unido será un destino prioritario de nuestras actividades de promoción en el 2022 (Eat Spain, Drink Spain, Annual Tasting, Gran Orden de Caballeros del Vino...).

En el pasado mes de noviembre el ICEX renovó con el MAPA su acuerdo de colaboración para implementar la campaña de comunicación internacional del sector agroalimentario español. ¿Con qué dotación económica y dónde se centrará la misma?

Efectivamente, en septiembre se renovó esta alianza con una dotación de 4,5 M€ para el período 2022 y 2023. El acuerdo prevé no solo el desarrollo de una campaña de comunicación muy potente en mercados como EE.UU., China o Suiza, sino también un conjunto de eventos de relaciones públicas con profesionales del sector y frente al consumidor final para reforzar los mensajes de la campaña. EE. UU. es un destino prioritario de este convenio para poder aprovechar la ventana de oportunidad que supone la congelación de aranceles.



Desde mi punto de vista, este convenio refleja el esfuerzo conjunto de dos instituciones como el MAPA y el ICEX para apoyar a la industria alimentaria en los mercados internacionales. Estas campañas de imagen y reputación requieren tiempo y recursos. *Spain Food Nation* nació con una vocación de continuidad para asegurar el impacto entre profesionales y público final.

En el 2021 el ICEX lanzó *Restaurants from Spain*, distintivo internacional de la calidad gastronómica española. ¿Cuál es su percepción de cómo ha sido acogido el mismo?

A pesar de haber lanzado esta iniciativa en plena pandemia, cuando los cierres afectaban de manera más severa a la restauración, la acogida del proyecto, tanto en los mercados donde se ha implantado (Alemania, Bélgica, China, Estados Unidos, Irlanda, Japón, Países Bajos, Reino Unido y Singapur) como por parte de las empresas y sectores de la industria alimentaria en España ha sido excepcional.

Este proyecto se ha concebido como una alianza con el canal HORECA y una manera de reivindicar su papel como embajadores de nuestra despensa y nuestra gastronomía por el mundo. Los restaurantes certificados

reciben formación para su personal en los productos de la despensa española y en nuestros vinos. Además, se prepara con ellos una campaña de comunicación local y se les convierte en los protagonistas de las acciones de promoción que el ICEX organiza en estos destinos.

Cerramos el año con 65 restaurantes certificados en todo el mundo. Y en el 2022 este número aumentará considerablemente.

Recientemente han lanzado *Spain's Pantry*, el primer certificado oficial sobre los productos de la despensa española. ¿En qué consiste? ¿Viene este a cerrar la oferta formativa que ofrece el ICEX para profesionales internacionales?

El programa *Spain's Pantry* es un curso de formación *on-line* en inglés que hemos desarrollado con el Basque Culinary Center. A través de cinco módulos semanales, se estudian con profesores de este prestigioso centro todos los productos de la despensa española, incluyendo, por supuesto, un módulo de vinos. Este programa va dirigido a profesionales extranjeros.

Pretendemos formar a responsables de tiendas; del canal HORECA; de los establecimientos que tengan el sello *Restaurants from Spain* para que se conviertan en auténticos prescriptores de nuestros productos y puedan seleccionarlos y venderlos también mejor en sus mercados.

En el 2022 lanzaremos por fin el programa *Spanish Wine Educator*, un programa de formación presencial en España para que los profesionales que ya se han formado en el *Spanish Wine Specialist* puedan ser formadores en destino de los vinos de España. También abordaremos la formación en chino de estos programas, ya que en este país el conocimiento del inglés todavía no está generalizado y es esencial apostar por la formación.

En una reciente presentación de la próxima edición de la *Barcelona Wine Week*, mencionó que los retos de nuestro sector vitivinícola se centran en la diversificación de mercados y de productos y en la digitalización. ¿Cree que estos retos son extrapolables al resto de productos agroalimentarios?

Claramente, son también aplicables a toda la industria alimentaria. Las exportaciones agroalimentarias todavía hoy se concentran casi en un 80 % en los mercados de la UE. Es fundamental apostar por mercados de alto potencial fuera de Europa. Estados Unidos, Japón, Corea del Sur, Singapur o México son solo algunos de los destinos donde nuestros productos están creciendo.

El Plan Estratégico nacional de la PAC llega a Bruselas para su aprobación



Tal y como había anunciado el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, el Gobierno remitió el pasado 29 de diciembre a la Comisión Europea el Plan Estratégico para la Aplicación de la Política Agraria Común en España a partir del año 2023, cumpliendo así lo establecido en los nuevos reglamentos de la PAC.

Según destaca el MAPA, el objetivo de este plan estratégico es apoyar a la agricultura profesional y familiar para que mejore su competitividad, al tiempo que se impulsan cambios profundos y graduales que remuneren el compromiso medioambiental de agricultores y ganaderos, garantizando unos pagos más justos y eficientes.

Para Planas se ha conseguido articular “un plan estratégico nacional del conjunto de España, que es fruto del consenso entre las comunidades autónomas y que refleja la diversidad agronómica de un país que ofrece una variedad de modelos que van desde los cultivos continentales del norte hasta las producciones subtropicales del sur.”

“Ha sido un trabajo muy arduo, intenso y tremen-

damente creativo, así como un ejercicio de consenso básico con las CC. AA. y las organizaciones agrarias”, subrayó el ministro en alusión a los tres años en los que se han mantenido más de 300 reuniones con los actores interesados, incluidas cooperativas y organizaciones sociales y ambientales.

La propuesta incluye un plan financiero, que recoge los importes asignados a cada tipo de intervención para el período 2023-2027. En este ámbito, 24.290 M€ se destinarán a las ayudas directas; para las intervenciones sectoriales se ha programado un total de 2.856 M€ de gasto, mientras que la inversión pública total prevista en el ámbito del FEADER es de 8.380 M€. Si a estas cantidades se añaden los fondos no incluidos en el plan estratégico (programa POSEI, promoción horizontal de productos alimentarios, fruta y leche escolar, etc.), España dispondrá de más de 47.724 M€ de la PAC en este período.

Una versión inicial de este plan estratégico está disponible hasta el 4 de febrero en la web del Ministerio para consulta de todos los interesados, dentro de la Evaluación Ambiental Estratégica. Tras los ajustes que puedan derivarse de todas las observaciones y alegaciones recibidas y con las observaciones de la propia Comisión Europea, España propondrá un texto definitivo del plan estratégico. Se prevé que Bruselas lo apruebe a finales del primer semestre del 2022, para que sea de aplicación a partir del 1 de enero del 2023.

Ocho medidas propuestas

1. Las ayudas directas de la PAC se dirigirán a personas que cumplan alguna de las condiciones de la figura de “agricultor activo”: que estén afiliadas a la Seguridad Social agraria por cuenta propia; que al menos el 25 % de sus ingresos totales procedan de la actividad agraria o que el importe de ayudas

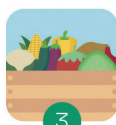
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA PAC



1
Asegurar
ingresos
justos



2
Incrementar
la competi-
tividad



3
Reequilibrar
el poder en
la cadena
alimentaria



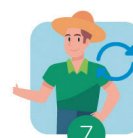
4
Actuar contra
el cambio
climático



5
Proteger el
medioam-
biente



6
Conservar el
paisaje y la
biodiversidad



7
Apoyar el
relevo gene-
racional



8
Favorecer
zonas rurales
vivas



9
Proteger
la calidad
alimentaria y
sanitaria

directas que reciban actualmente sea menor o igual a 5.000 € anuales.

2. Se destinará el 60 % del presupuesto de los pagos directos para ayudas directas a la renta a través de la ayuda básica a la renta para la sostenibilidad (50 %) y del pago redistributivo (10 %). España seguirá otorgando la ayuda básica de manera diferenciada por regiones agrarias (agrupaciones de comarcas agrarias con características agronómicas similares) para dar respuesta a las grandes diferencias de estructuras de producción del sector agrario nacional. No obstante, **se simplifica pasando de las 50 regiones actuales a 20 regiones.**

3. En el proceso de convergencia interna de las ayudas, los valores de los derechos de pago por encima de la media regional se reducen con el fin de aumentar el valor de los derechos por debajo de la media.

4. Limitación y reducción de la ayuda básica: se fijará el importe máximo de los pagos en 100.000 € y se prevé una reducción progresiva cuando se superen los 60.000 €. No obstante, para evitar distorsiones de empleo, se podrán descontar los costes salariales y laborales. Ninguna explotación cobrará más de 200.000 € de ayuda básica a la renta.

5. Habrá un pago redistributivo de la ayuda de las

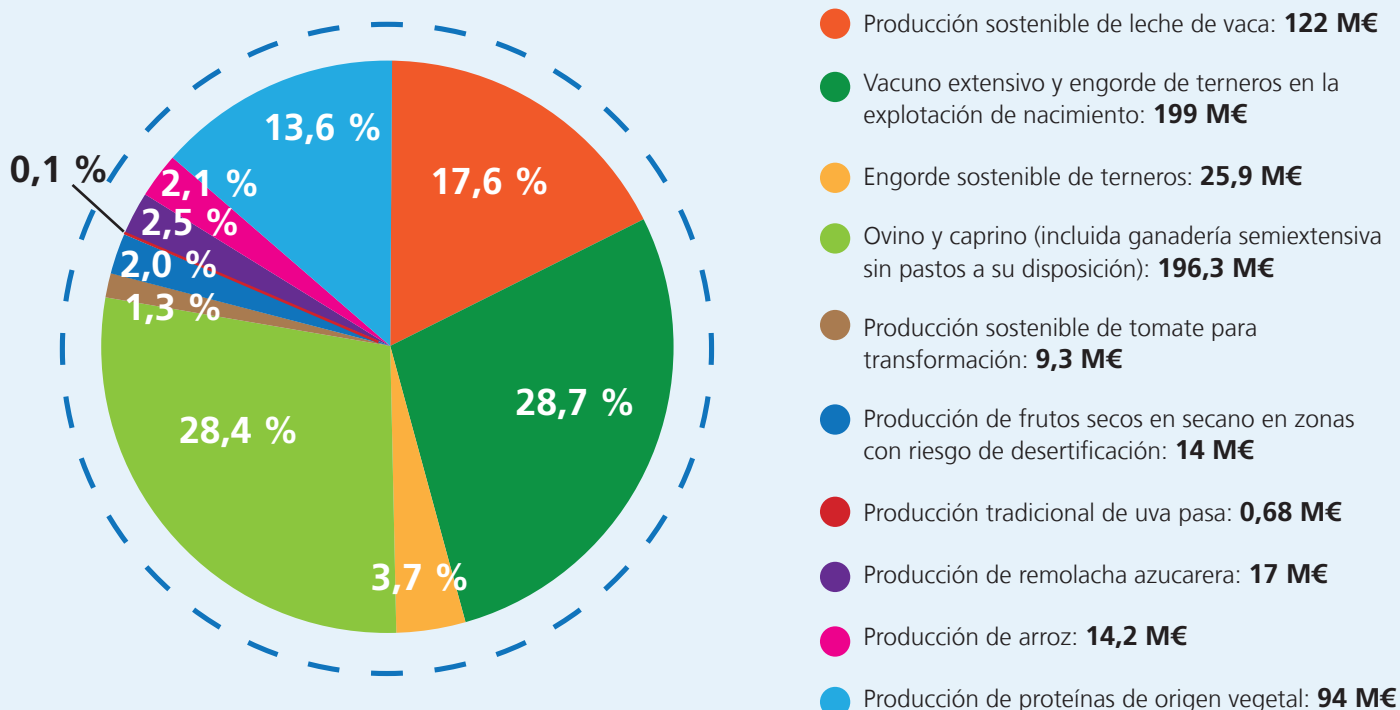
explotaciones de mayor tamaño a las pequeñas y medianas.

6. Condicionalidad reforzada. Normas y buenas prácticas agrarias y medioambientales que cualquier persona beneficiaria de las ayudas directas de la PAC y de los pagos por superficie de desarrollo rural (agroambientales, zonas con limitaciones naturales, Red Natura 2000) tiene que cumplir en relación al medioambiente, el cambio climático, la salud pública, la salud animal, la sanidad vegetal y el bienestar animal. Esta condicionalidad reforzada cuenta con 11 Requisitos Legales de Gestión y 10 Buenas Condiciones Agrícolas y Medioambientales.

7. Los eco-esquemas remunerarán a las explotaciones que lleven a cabo prácticas agrícolas o ganaderas beneficiosas para el clima y el medioambiente a través de compromisos anuales voluntarios. Estas prácticas deben tener un nivel de exigencia mayor que la derivada del cumplimiento de la condicionalidad. La propuesta de eco-esquemas se basa en 7 prácticas concretas.

8. Ayudas asociadas a la realización de un determinado cultivo o al mantenimiento de un determinado tipo de ganado, vulnerables desde el punto de vista social y económico.

DISTRIBUCIÓN DEL PRESUPUESTO DE LA PAC PARA AYUDAS ASOCIADAS



CaixaBank y el Consejo Europeo de Innovación acelerarán la digitalización del sector agrario



Nadie discute ya que el futuro del sector agrario está vinculado a su robotización y digitalización y que la pandemia de la COVID-19 ha puesto en evidencia la necesidad de una independencia estratégica de la agricultura y la ganadería, tanto en España como en el resto de la Unión Europea.

Es por ello que el Consejo Europeo de Innovación (European Innovation Council, EIC) –programa de innovación insignia de la Unión Europea– y CaixaBank, a través de su línea de negocio AgroBank, han lanzado un programa para seleccionar empresas *agrotech* internacionales que desarrollen soluciones innovadoras para el sector agrícola y ganadero en el territorio español, con el objetivo de dar respuesta a sus principales retos bajo nuevas formas de comercialización y financiación.

La convocatoria va dirigida a las empresas que cuentan con una inversión o una subvención del EIC (más de 5.000 de 37 países europeos) que puedan aportar soluciones para incrementar la productividad del sector agrario, lanzar nuevas soluciones en este campo, mejorar su sostenibilidad y llegar a nuevos mercados.

Esta iniciativa de la UE, la única que existe en Europa con un banco, ofrece a las empresas la oportunidad de impulsar las zonas rurales españolas mediante el uso de las mejores soluciones de innovación, digitalización y sostenibilidad.



ÁMBITOS ESTRATÉGICOS

La iniciativa define seis áreas estratégicas:



Agricultura de precisión, trazabilidad y agricultura vertical: soluciones para un servicio integrado de recogida de datos, plataforma de gestión y asesoramiento en la toma de decisiones con aplicación de tecnologías innovadoras, como *blockchain* o *big data*.



Robótica y digitalización de procesos: soluciones que permitan automatizar procesos para aumentar la productividad y reducir los costes de producción.



Biología: soluciones de innovación genética y avances en nuevos productos o nuevos usos de los recursos naturales, así como nuevas formas de utilizar residuos biológicos.



Sostenibilidad, biodiversidad y economía circular: soluciones para conseguir un mundo más sostenible basándonos en la biodiversidad y la economía circular.

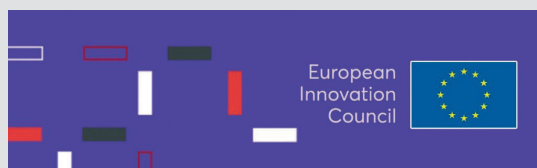


Eficiencia del agua y energía: mejora del uso de los recursos naturales, así como generación de energía verde para el autoconsumo.



Nuevos modelos de comercialización digitales: soluciones que permitan ampliar los modelos de distribución, *e-commerce* y comercio de proximidad local.

Los finalistas de cada categoría expondrán sus proyectos ante el EIC y AgroBank, y los proyectos que resulten seleccionados contarán con el asesoramiento del EIC y recibirán, por parte de los equipos de CaixaBank, el impulso comercial para lanzar las soluciones propuestas.



El Consejo Europeo de Innovación (EIC) apoya la innovación, a los emprendedores, pequeñas empresas y científicos de primer nivel con ideas brillantes y con ambición de escalar internacionalmente.

El EIC supone la principal novedad del programa Horizonte Europa y representa la iniciativa de innovación más ambiciosa llevada a cabo por la UE, con un presupuesto de 10.500 M€ para el período 2021-2027.

Pero el apoyo a innovadores, emprendedores, pequeñas empresas y científicos en el Consejo Europeo de Innovación va mucho más allá de la aprobación

de becas y subvenciones. El EIC ofrece servicios de aceleración empresarial que ayudan a incrementar el ritmo de la innovación, incluyendo el asesoramiento empresarial y servicios de valor añadido como los EIC Corporate Days y EIC Investor Days, donde las pymes innovadoras pueden aprovechar las oportunidades de promoción y asociación con inversores y empresas.

Además, el EIC ha lanzado recientemente el programa EIC Greenhouse Gas (EIC GHG), en el que las pymes reciben apoyo y orientación de expertos para reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero y cocrear innovaciones ecológicas.

Un viaje enoturístico por la isla de Gran Canaria



A finales del siglo XIX en Gran Canaria ya se practicaba el enoturismo. No lo llamaban así ni se sabía que estaban haciendo turismo enológico, claro, pero los turistas ingleses que llegaban a la isla atraídos por los relatos de viajeros y lo que contaban las guías turísticas que ya se publicaban en buena parte de Europa, recorrían la comarca del Monte Lentiscal en una especie de peregrinación en la que se extasiaban ante la rusticidad de la zona y la espectacularidad de la caldera de Bandama, mientras se dejaban agasajar con vasos de moscatel y malvasía.

Toda esta zona estaba plagada de viñedos y lagares y, por su relativa cercanía a la capital isleña (además de por lo atractivo del paisaje y porque aquí se habían construido los dos primeros grandes hoteles balnearios), se convirtió en parte del itinerario que recorrían aquellos turistas ingleses en lo que se denominó "la vuelta al mundo", un circuito pensado para entretener a quienes venían buscando, sobre todo, alivio para sus trastornos reumáticos o pulmonares.

El caso es que aquel *tour* acababa llevándolos a lugares como la Finca el Mocanal, donde estaba (y sigue estando) la Bodega San Juan, con su magnífico camino de entrada flanqueado por enormes algarrobos centenarios. La quinta generación de bodegueros está hoy representada por Cristina Millán, cuyo propósito es renovar el perfil de los vinos elaborados aquí. Ha empezado con un tinto, pero llegarán los blancos y los dulces de moscatel por los que era conocida la

bodega en otros tiempos. También se ha reactivado lo tocante al turismo y, ahora, las antiguas naves, los lagares enormes y cuevas de barricas se han musealizado y forman parte de un recorrido en el que se puede conocer la historia de esta bodega que conserva hasta los objetos más inverosímiles relacionados con el mundo de la vitivinicultura.

Cerca de aquí, en la parte baja de la ladera noroeste del pico de Bandama, está la Bodega Los Lirios, otra de las históricas del monte Lentiscal. El paisaje negro del picón, de la arena volcánica, contrasta con los colores del viñedo y con el manto herbáceo que dejan crecer en él.



El paseo por las viñas forma parte de las visitas a esta hacienda, de cuyo origen no se sabe mucho. Sí se conoce que antiguamente fue un convento y que después pasó a manos privadas y a estar ya por completo destinada a la producción agrícola y, sobre todo, vitícola.

Los bochinches

El lagar de piedra que se conserva junto a la bodega es otro de los espacios que más llaman la atención pero, tal vez, el que se lleva la palma es el bochinche. Así se llamaban aquí las tabernas de paso que preparaban comidas sencillas para los viajeros, los comerciantes o los trabajadores de las fincas y solían vender el excedente de vino de su producción. Se viene a beberlo y a probar los platos típicos de la gastronomía local, pero, además, los viernes organizan sesiones de teatro y los domingos sus *Sunday Wines*, que incluyen un mercadillo de productos de marcas canarias y música en directo.

Antes de viajar hacia el centro de la isla, hacia Las Cumbres, hay que visitar en la caldera de Bandama otra de las bodegas más singulares: la Bodega Señorío de Cabrera, una modesta finca familiar ubicada en el barranco de García Ruiz, una ladera con inclinación imposible... Aquí, Felisa y Agustín se han montado su pequeño paraíso vegetal donde todo se hace en pequeño formato y con una sencillez apabullante.



Finca de la Bodega Señorío de Cabrera

El viñedo está plantado en la parte alta de la pared, en bancales mínimos arañados en la roca. También hay cafetos, olivos y naranjos, que es lo que Agustín plantó en un principio, aunque luego lo convencieron para plantar vides. Al viñedo se accede en una vagoneta por raíles, al estilo de los de terrenos como los de la Ribeira Sacra gallega.

Alojarse en una cueva

Ya en el interior de la isla, el espectáculo de Tejeda y la enorme caldera con barrancos, crestas, quebradas, hondonadas, cuevas, promontorios y salientes es algo digno de contemplar. Esta es una de las zonas arqueológicas por excelencia de Gran Canaria.

En los actuales centros de interpretación del Roque Bentayga o en el de Risco Caído se puede conocer

más sobre el pasado indígena de Gran Canaria, tan sorprendente como desconocido. Y en Artenara, incluso tener la oportunidad de alojarse en una cueva, que era el tipo de vivienda de quienes habitaban este entorno hasta fechas muy recientes.

Hoy muchas de esas cuevas se han reconvertido en alojamientos turísticos, como la casa-cueva Las Margaritas, de Artenatur, pero otras siguen siendo el domicilio habitual de mucha gente. La temperatura del interior permanece estable, por lo que en invierno permite estar más al abrigo y en verano más frescos.



Toneles en la cueva de Bodegas Bentayga

Excavada en la roca está también la Bodega Agala (Bodegas Bentayga), en el extremo este de la caldera de Tejeda. El proyecto al frente del que está Sandra Armas comenzó hace 25 años cuando su padre plantó el viñedo. Tuvo que hacer las terrazas que hoy se ven, pues, evidentemente, la orografía del lugar es demasiado abrupta y fragosa. Eso tampoco permitía crear grandes extensiones, así que, finalmente, tienen 30 miniparcelas a diferentes alturas. Y el tema de la altitud es lo que le ha dado también su singularidad: puesto que estos eran vinos de altura, utilizarían la altitud como valor añadido en la elaboración y en la promoción.



Vista de la costa desde la caldera de Bandama

Por eso, sus vinos llevan por nombre el guarismo que hace referencia a la altitud de la parcela de la que procede la uva que contiene en mayor porcentaje cada vino. Y las cotas van desde los 1.050 hasta los 1.318 metros. La parcela que se extiende justo a la puerta de la bodega es la de mayor altitud y aquí se organiza una de sus actividades turísticas, el Sunset de Agala, o lo que es lo mismo, la contemplación de la puesta de sol a las cinco de la tarde, mientras se disfruta de un vino excelente rodeados de las viñas.



Bodegas Las Tirajanas

La última etapa del viaje lleva primero hacia San Bartolomé de Tirajana, donde se encuentra Bodegas Las Tirajanas. Esta cooperativa ofrece la posibilidad de realizar visitas guiadas bajo reserva en las que explican la historia de la vitivinicultura en Gran Canaria, las variedades de uva, el proceso de elaboración de sus vinos y las particularidades de la zona en la que se asientan los viñedos de sus socios, que comparten terreno con olivos y palmeras.

También aceite de oliva

De todas las islas Canarias, esta es la única que tiene una verdadera tradición olivarera. Aquí se cultiva especialmente la variedad verdial, tanto para aceite como para consumo de aceituna de mesa. Las visitas guiadas se acompañan de una degustación de los productos de la zona, por lo que con los vinos se puede probar aceite, aceitunas con mojo, queso artesano y pan.



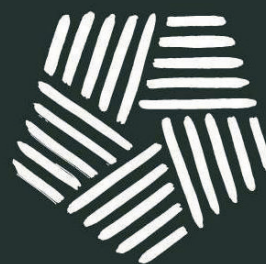
Restaurante tienda Vinófilos Triana

El lado más *gourmet* llega en Las Palmas, y en un viaje como este hay algunos lugares que no pueden quedarse fuera, como Vinófilos Triana, “un lugar de

tapas y picoteo con una gran enoteca, con referencias nacionales e internacionales, pero en la que sobresalen los vinos canarios”, como lo define Mario Reyes, su creador, un sumiller que también presta especial atención al servicio de sala.

Tampoco puede faltar un almuerzo o una cena en Hestia, el restaurante de Juan Santiago, un joven cocinero que desde muy temprana edad tenía claro que quería estar en los fogones y que se lanzó con su proyecto más personal en el barrio de Guanarteme, o en Poemas, restaurante que los hermanos Padrón inauguraron en el Hotel Santa Catalina. Su cocina también se centra en lo local, con productos canarios presentados, además, en una vajilla diseñada por el creador grancañario Néstor Martín-Fernández de la Torre.

LA DOP GRAN CANARIA



GRAN CANARIA
Denominación de Origen

La denominación de origen vitivinícola Gran Canaria se crea en el año 2005, tras la unificación de las dos denominaciones existentes hasta el momento en la isla: Gran Canaria y Monte Lentiscal.

Según el Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria, la zona de producción de los vinos amparados por la DOP se extiende a la totalidad de la isla y cuenta con una superficie total de unas 250 hectáreas, 230 de ellas registradas, y sus viñedos se encuentran en parcelas pequeñas de suelo agrícola, sobre todo de las medianías y cumbres de la isla, compartiendo espacio en muchos casos con otros cultivos.

La forma de cultivo en la isla es muy diversa e irregular. La variedad más usada es la negra común (listán negro), mayoritaria en toda la comarca, seguida por la tintilla, vijariego negra, negramoll y castellana. Entre las variedades blancas, destaca de forma mayoritaria la moscatel de Alejandría, seguida de vijariego, pedro ximénez, listán blanco, malvasía, gual, albillo, marmajuelo y forastera blanca.

Entrega del V Premio a la Mejor Tesis Doctoral de la Cátedra AgroBank

El Jurado del **V Premio a la Mejor Tesis Doctoral convocado por la Cátedra AgroBank Calidad e Innovación en el Sector Agroalimentario** concedió el pasado 27 de octubre el máximo reconocimiento al estudio *Validación de subproductos de café como ingredientes alimentarios para una nutrición y salud sostenible*, de la **Dra. Amaia Iriando de Hond**, "por su elevada calidad científica y el cumplimiento de los criterios para la evaluación de su excelencia científica descritos en las bases del premio". Asimismo, el accésit fue para la tesis *Aplicación de ingredientes mediterráneos para la mejora bromatológica de alimentos 'clean label' de origen animal*, presentada por la **Dra. Lorena Martínez Zamora**.

Ambos premios fueron entregados por **Sergio Gutiérrez, director de AgroBank**, y **Antonio J. Ramos, director de la Cátedra AgroBank**, en la jornada anual de la Cátedra que tuvo lugar en Lleida y en la

que la doctora en Farmacia Marián García, "**boticaria García**", ofreció una conferencia en torno al tema "En busca de la alimentación saludable: ¿jeroglíficos o etiquetas? Claves para descifrar los misterios del etiquetado de los alimentos". El acto fue clausurado por la **vicerectora de Investigación y Transferencia de la Universidad de Lleida, Olga Martín**.



Jornada en València sobre la digitalización e innovación en el uso del agua



Unas 150 personas vinculadas al sector agrario se reunieron el pasado 14 de diciembre en la jornada "**AgroBank, con la digitalización e innovación en el uso del agua**", con el objetivo de analizar la situación actual y las perspectivas de este sector estratégico en cuanto a la innovación y digitalización de todos sus procesos para la transformación hacia una agricultura sostenible.

La jornada –que se celebró aprovechando el Foro Económico Español "Oportunidades en los sectores activos en digitalización: energía, logística-puertos,

salud y agricultura", que tuvo lugar en el puerto de València– fue inaugurada por el **director territorial de CaixaBank en la Comunitat Valenciana, Xicu Costa**, y el cierre de la misma corrió a cargo del **secretario de la Conselleria de Agricultura y Medio Rural, Rogelio Llanes**.

En la misma participaron el presidente del Tribunal de las Aguas de Valencia, José Alfonso Soria, para hablar de la "Tradición, presente y futuro en el uso del agua" y Edgar Llop, del departamento de Automatización Inteligente del Instituto Tecnológico AINIA, para analizar la "Transformación digital de la agricultura valenciana".

Posteriormente, se celebró una mesa redonda moderada por Cristina del Campo, directora general de AINIA, en la que participaron Salvador Marín, presidente de la Federación de Comunidades de Regantes de la Comunidad Valenciana, Fecoreva; Carlos A. Arenes, CEO de Agricultura, Climatización y Desarrollo, S.L; Ismael Avellán, CEO de 4PLUS Ingenieros y Arquitectos, y José A. Soria.

CaixaBank y la FEV suman esfuerzos para la recuperación del sector vitivinícola



CaixaBank y la Federación Española del Vino (FEV) renovaron en el pasado mes de diciembre su acuerdo de colaboración con el objetivo de continuar apoyando al sector vitivinícola y contribuir a consolidar los signos de recuperación que se observan tanto en las exportaciones como en el mercado interior.

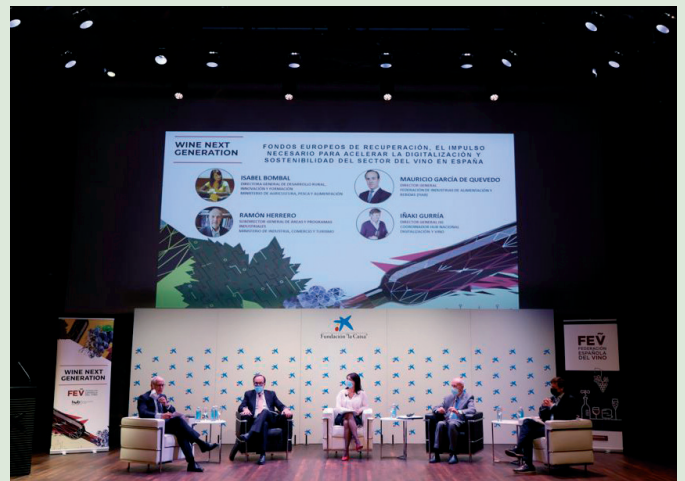
El nuevo acuerdo, firmado entre el **director de AgroBank, Sergio Gutiérrez**, y el **director general de la FEV, José Luis Benítez**, contempla, además, la colaboración de la entidad financiera en el nuevo Hub de Digitalización y Vino de la FEV, un grupo de trabajo promovido para compartir las necesidades tecnológicas del sector vitivinícola.

WINE NEXT GENERATION

Asimismo, AgroBank fue el principal patrocinador en el evento Wine Next Generation celebrado en noviembre en CaixaForum Madrid con el objetivo, precisamente, de poner encima de la mesa los retos y necesidades del sector vitivinícola en esta materia y ofrecer ideas y soluciones a las empresas.

El **director de Red de AgroBank, Carlos Seara**, junto con el presidente de la FEV, Emilio Restoy, fueron los encargados de dar la bienvenida en esta jornada, que fue inaugurada por el **ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas**.

La llegada de los fondos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia centró el debate, ya que el sector reclama que el diseño de las ayudas facilite su acceso a las pequeñas bodegas.



Los ponentes coincidieron en que digitalización y sostenibilidad van de la mano y subrayaron que la transformación tecnológica abarcará el ámbito del viñedo, su comercialización y su producción.

AgroBank participa en el Foro Sociedad Digital 2021 de la Fundación Telefónica

El Foro Sociedad Digital en España 2021 se celebró el 3 de noviembre en el Espacio Fundación Telefónica de Madrid con el objetivo de dar a conocer cómo empresas de diferentes ámbitos de la industria están introduciendo la digitalización en algunos de sus procesos clave para ser compañías más competitivas y cuáles son los retos que se están encontrando en este camino.

Algunos de los temas de la jornada fueron la introducción de tecnología *agrotech* aplicada a los pro-

cesos agrarios para incrementar y mejorar la calidad de la producción y la digitalización de los procesos industriales desde la materia prima hasta la distribución a clientes.

Por parte de CaixaBank intervino **Sergio Gutiérrez**, **director de AgroBank**, quien acompañó a **René González**, **director de Advanced Manufacturing & Equipment Standardization en Gestamp**, y **María Eugenia Borbore**, **gerente de Vertical de Industria en Telefónica España**.

COSECHANDO FUTURO



ADOP



Patrocinador
del Equipo
Paralímpico

NRI: 40-20-202/09681

Te ofrecemos una amplia gama de soluciones de inversión

En CaixaBank contamos con más de 3.000 gestores especialistas para ayudarte a planificar tu futuro. Para ello, te asesoraremos sobre los fondos de inversión sostenibles que mejor se adapten a tus necesidades.

Acércate a cualquiera de nuestras más de 1.000 oficinas AgroBank o, si lo prefieres, solicita nuestros productos a través de CaixaBankNow.

www.CaixaBank.es/agrobank



AgroBank