



AgroBank

Revista de información agroeconómica

ENCUENTRO CON /// Ángel Villafranca, presidente de la Organización Interprofesional del Vino

AL DÍA /// Luz verde a la norma que regulará las primeras ayudas del PERTE agroalimentario

INNOVACIÓN /// Oryzite: un subproducto del arroz que compete con el plástico

N50 2022



OPINIÓN DE

Mariano Zapata Martínez
presidente de Proexport

AL DÍA

P04



ENCUENTRO CON

P08



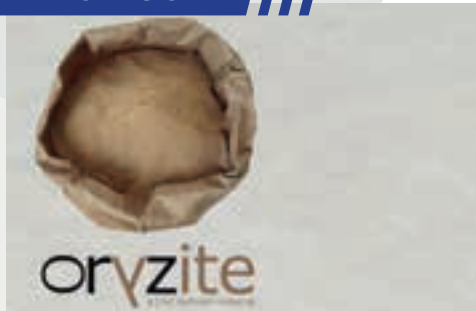
A FONDO

P11



INNOVACIÓN

P13



BLOG AGROBANK

P15



VIAJE AL GUSTO

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:
.....

RESERVA
logo FSC

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.



Mariano Zapata Martínez, presidente de Proexport

Un aliado para las necesidades del agro murciano

Ha pasado casi medio año desde que CaixaBank y Proexport suscribiéramos un nuevo acuerdo de colaboración, que persigue apoyar las necesidades financieras de nuestros asociados: los productores-exportadores de hortalizas y frutas en la Región de Murcia. Productores que representan a empresas líderes en el sector hortofrutícola nacional y europeo, que entienden que la agricultura no debería ser una profesión de riesgo. Empresas hortofrutícolas que han apostado por la especialización de sus producciones, la profesionalización de sus equipos, la gestión ordenada de sus cultivos y sus empresas, el valor del servicio prestado y la palabra dada... Pero, sobre todo, que se definen por la calidad y el sabor de los frutos de su actividad agraria.

Somos un club de empresarios hortofrutícolas que trabaja cada día para garantizar el futuro y la estabilidad financiera de sus empresas, en las que defendemos constantemente el precio justo por la calidad que distingue a nuestras frutas y hortalizas, diferenciadas en los mercados internacionales gracias a un servicio fiable, prestado campaña tras campaña a todos los detallistas a los que surtimos.

Los de Proexport somos empresarios que encontramos en CaixaBank al aliado necesario para nuestro sector hortofrutícola; el más innovador, comprometido, responsable, avanzado y estable de la Región de Murcia.

Sin este respaldo, no podríamos cultivar las mejores frutas y hortalizas: producciones saludables de las que disfrutan mi-

llones de ciudadanos europeos y el resto de países a los que exportamos. Más de 60 destinos reciben nuestros alimentos.

En Proexport estamos representados cerca de medio centenar de grupos empresariales, con toda o parte de su producción en la Región de Murcia. Agrupamos a más de 150 sociedades, cooperativas y consorcios de exportación con diversidad de figuras empresariales y societarias. No importa la forma en la que nos constituyamos; nos une la defensa de la mejor y más avanzada agricultura.

Y para llevarla a cabo, debemos contar con la solvencia financiera necesaria que nos permita acometer cada campaña hortofrutícola. Gracias al respaldo de entidades como CaixaBank, podemos afrontar con seguridad los retos que nos plantea la sociedad actual.

No en vano, movemos cerca de 1,4 millones de toneladas de hortalizas y frutas cada campaña, lo que supone una inversión inicial considerable meses antes de su recolección y comercialización. Para ello, precisamos del tesón y la profesionalidad que caracteriza a todos nuestros asociados, de referencia internacional en la producción de frutas y hortalizas y que, con su esfuerzo diario, generan más de 28.000 empleos cada año. Así somos en Proexport.

AGENDA

SEPTIEMBRE
OCTUBRE

Del 29 al 2
Sant Miquel

www.firadelleida.com



OCTUBRE

Del 4 al 6
Fruit Attraction

www.ifema.es



OCTUBRE

Del 24 al 27
Sepor

www.seporlorca.com



NOVIEMBRE

Del 10 al 11
DATAGRI

www.datagri.org



Nuevas medidas para apoyar al sector agrario por la guerra en Ucrania



La Comisión Europea decidió que los Veintisiete pudieran prolongar de manera voluntaria en la campaña del 2023 la excepcionalidad a las normas de la PAC en cuanto a condicionalidad sobre diversificación y rotación de cultivos y a las tierras en barbecho, con el objetivo de incrementar la producción agrícola comunitaria para paliar los efectos en el sector del conflicto bélico entre Rusia y Ucrania.

Así, continuarán derogadas dos de las denominadas *buenas condiciones agrarias y medioambientales* (BCAM) de la condicionalidad establecidas según el reglamento por el que se regula la nueva PAC 2023-2027 y, por otro lado, sobre la norma que obliga a dedicar anualmente al menos un 4 % de la tierra de cultivo a superficies y elementos no productivos. Estas superficies en barbecho podrán ser cultivadas siempre que no sea con maíz o soja.

España y otros Estados miembros habían solicitado en varias ocasiones a la CE la flexibilización de estas medidas dada la situación provocada por la invasión rusa de Ucrania. La UE estima que con las mismas se podrán poner en producción un total de 1,5 millones de hectáreas más.

Anticipo del 70 % de las ayudas directas

El *Diario Oficial de la UE* publicó el paso 4 de agosto el reglamento por el que se autoriza, a partir del 16 de octubre, el incremento del anticipo de los pagos de la PAC de la campaña del 2022 hasta el 70 % del total en las ayudas directas y hasta el 85 % del total en algunas medidas relacionadas con el desarrollo rural.

Según cálculos del Ministerio de Agricultura, en España esta autorización podrá permitir un adelanto de las ayudas directas de hasta 3.386 M€ para un total de 648.691 agricultores y ganaderos, que presentaron su solicitud única de ayudas para esta campaña.

Este incremento supone pasar del 50 % de anticipo habitual al 70 %, que es lo que establece ahora la normativa comunitaria, y responde a la petición formulada por España, así como por la mayoría de Estados miembros, con el fin de dotar de mayor liquidez a las explotaciones agrarias y de ayudar a los agricultores y ganaderos a paliar los efectos adversos derivados de la guerra.

Luz verde a la norma que regulará las primeras ayudas del PERTE agroalimentario



El *Boletín Oficial del Estado* publicó el pasado 1 de agosto la orden con la que se da luz verde a la norma que regulará el primer paquete de ayudas –dotado con 500 M€– al sector agroalimentario dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PERTE Agroalimentario), paso previo para abrir el plazo de presentación de proyectos antes de acabar el año.

Podrán ser beneficiarias de estas ayudas las sociedades mercantiles privadas, sociedades cooperativas y sociedades agrarias de transformación (SAT) con personalidad jurídica propia, legalmente constituidas en España y debidamente inscritas, con independencia de su forma jurídica y su tamaño.

Las entidades interesadas en presentar una solicitud se deberán constituir como una agrupación de empresas, formadas por al menos seis empresas –al menos una, considerada gran empresa– y, además, deberá estar integrada por un mínimo de cuatro pymes. Alternativamente, también serán válidas aquellas agrupaciones constituidas únicamente por pymes, siempre que dos de ellas sean medianas empresas.

Las ayudas, que se formalizarán como subvenciones, préstamos o una combinación de ambos, estarán destinadas a proyectos tractores y el presupuesto financiable mínimo será de 15 M€ por cada uno.

LOS TRES EJES DEL PERTE AGROALIMENTARIO

El PERTE Agroalimentario, que está previsto que genere un impacto en la economía de 3.000 M€ y una creación neta de 16.000 empleos, está dotado con una línea de ayudas de 1.100 M€ y se estructura en tres ejes.



- 1º: un paquete de apoyo específico para el sector, dotado con 500 M€ y ejecutado por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

- 2º: un paquete de medidas concretas para apoyar el proceso de adaptación digital de toda la cadena de valor agroalimentario, dotado con 454,35 M€ y ejecutado por el Ministerio de Agricultura.

- 3º: un conjunto de actuaciones específicas de apoyo a la innovación y la investigación, cuya dotación es de 148,56 M€ y su ejecución también corresponde al Ministerio de Agricultura.

Campaña para dar conocer la PAC a la sociedad



El ministro de Agricultura, Luis Planas, presentó el pasado 4 de julio la campaña de comunicación “Lo que pasa en el campo no se queda en el campo”, con la que el MAPA quiere hacer llegar un mayor conocimiento de lo que significa la política agrícola común (PAC) a la ciudadanía en general.

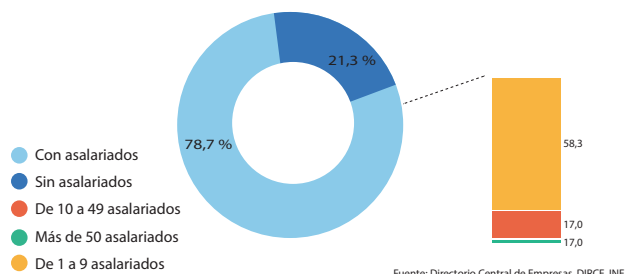
Como señaló el ministro, con la misma se pretende estrechar lazos entre el mundo rural y el urbano y, más concretamente, hacer que la gente conozca no solo lo que la PAC hace por los agricultores y ganaderos, sino, principalmente, en beneficio de toda la sociedad.

Planas destacó el 60 aniversario de la principal política común de la UE y la paradoja que supone que continúe siendo una gran desconocida para muchas personas: un 38 % de la población española no ha oído hablar nunca de la PAC, mientras que a otro 53 % le suena algo, pero desconoce sus particularidades.

La producción de la industria alimentaria se acerca a los 140.000 M€

La industria española de alimentación y bebidas recuperó en el 2021 gran parte de su actividad y ya está cerca de absorber el impacto de la crisis ocasionada por la pandemia, según el *Informe Económico* de la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), que recoge las principales magnitudes del sector durante el pasado año.

Empresas del sector de alimentación y bebidas, 2021



Entre los principales datos de este informe se destaca que la producción de la industria alimentaria anotó un crecimiento del 5,3 % con respecto al 2020: el equivalente a 139.655 M€. Asimismo, el valor añadido bruto (VAB) en el 2021 se cifró en 26.660 M€, con un crecimiento del 11,2 %.

No obstante, y a pesar de los esfuerzos por acercarse a la plena recuperación, el sector ha visto retroceder su número de empresas hasta las 30.260. Las estructuras empresariales más pequeñas han sido las más afectadas, con la desaparición de 313 pymes.

En cuanto al mercado internacional, se destaca su buena evolución con unas ventas de 38.202 M€, cifra que supone un 6,7 % más en volumen y un 12,2 % más en valor. A pesar de los desafíos globales, las empresas ven en la internacionalización una oportunidad para mejorar su competitividad y ya son 19.342 las empresas del sector que exportan.



Más de 300 M€ de inversión para 40 actuaciones en la sostenibilidad de los regadíos

Un regadío sostenible es clave para afrontar los retos del cambio climático en la agricultura y poder mantener en el futuro un modelo de producción de alimentos que dé respuesta a la demanda de la población. Por ello, el Gobierno apuesta por su modernización concentrando inversiones de más de 2.100 M€ en los próximos cinco años, con una media anual de 420 M€. Estas actuaciones permitirán modernizar 200.000 hectáreas de regadíos, de las que se beneficiarán unos 20.000 agricultores.

Bajo este marco, el ministro Luis Planas y el presidente de la Sociedad Mercantil Estatal de Infraestructuras Agrarias (SEIASA), Francisco Rodríguez, han firmado recientemente el convenio para la ejecución de la segunda fase del programa de mejora de la eficiencia y sostenibilidad en regadíos incluido en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, con una inversión pública de 303 M€ que

financiará un total de 40 actuaciones en 15 comunidades autónomas.



Entre otros aspectos, se priorizarán cuestiones como el menor consumo de recursos hídricos, la sustitución de aguas superficiales y subterráneas por las regeneradas o salinizadas, la incorporación de energías renovables que supongan un ahorro o la instalación de contadores de telecontrol e instrumentos de precisión en el sistema de riego.

Nace Pesca España

Rubricada por un total de seis organizaciones de productores pesqueros y la elección de Javier Garat, secretario general de CEPESCA, como su presidente, se constituyó la Asociación de Organizaciones de Productores Pesca España, con el objetivo de fortalecer al sector en la defensa de sus intereses.



Los miembros fundadores de Pesca España son la Organización de Productores Asociados de Grandes Atuneros Congeladores (OPAGAC), la de Buques Congeladores de Merlúcidos, Cefalópodos y Especies Varias (OPPC-3), la del Puerto de Burela (OPP-7), la del Puerto de Celeiro (OPP-77), la de Pesca Fresca del Puerto de A Coruña (OPP-13) y la OP Mallorca Mar (OPP-58).

Casi 12 M€ en sanciones a la cadena desde la creación de la AICA

La Agencia de Información y Control Alimentario (AICA) presentó el 19 de julio su informe del primer semestre del 2022, en el que se recoge que el importe pagado por las sanciones impuestas desde su creación en el 2014 ascendería hasta 11,8 M€ como resultado de unos 3.149 apercibimientos por incumplimiento de preceptos de la Ley de Medidas para la Mejora del Funcionamiento de la Cadena Alimentaria.

La distribución comercial minorista fue la que más abonó, con 7,68 M€ (65,2 % del total), seguida por la distribución comercial mayorista –con 2,18 M€–, la industria alimentaria –con 1,86 M€– y el sector productor, con 64.367 €.

En el primer semestre del presente año, la AICA llevó a cabo 354 inspecciones de oficio para garantizar el cumplimiento de esta ley, recibió 9 denuncias por presuntos incumplimientos e impuso un total de 95 sanciones.



“Con el nuevo plan estratégico nos centraremos en valorizar nuestros productos y que ese valor se reparta por toda la cadena”

Ángel Villafranca,
presidente de la Organización Interprofesional
del Vino de España

El 30 de julio de 2014 un real decreto aprobaba la creación de la Organización Interprofesional del Vino de España, OIVE, un instrumento al servicio del sector vitivinícola para atajar las debilidades del mismo a través de la unión y el trabajo conjunto de sus ramas productora y comercializadora. Su primer presidente, ya reelegido en tres ocasiones, es el toledano Ángel Villafranca, quien compagina esta responsabilidad con las presidencias de Cooperativas Agro-alimentarias de Castilla-La Mancha y de España.

El pasado 20 de julio, la OIVE presentó la Estrategia del Sector Vitivinícola Español 2022-2027. ¿Cómo se gestó la misma y cuáles son los objetivos últimos de esta estrategia? ¿Cuál va a ser el papel de la OIVE en su desarrollo?

En la Interprofesional del Vino de España, con la experiencia adquirida en estos años de funcionamiento, planteamos el plan estratégico del sector vitivinícola español como hoja de ruta para centrarnos principalmente en valorizar nuestros productos y que ese valor se reparta por toda la cadena.

Esta estrategia es el resultado de meses de trabajo conjunto no solo en el seno de la Interprofesional del Vino de España con sus miembros, sino también en el conjunto del sector con los diferentes agentes que lo componen, tanto de nuestro país como internacionales.

A partir de aquí, el siguiente paso adquiere una especial relevancia, ya que consiste en que dicho plan sea interiorizado y aplicado por el sector. En esa tarea, el papel de la OIVE será de aglutinador e impulsor de iniciativas y tendrá que utilizar todas sus herramientas y mecanismos para que el sector conozca y participe en esta estrategia desde este mismo instante y durante los próximos cinco años.

Además, queremos que este plan esté en continua revisión, ya que, en un entorno tan cambiante como el que vivimos actualmente, la estrategia a seguir debe estar “viva” para adelantarse a nuevos escenarios.

Las ventas de vino en el mercado interior se incrementaron un 14 % en volumen en el 2021, según los datos del último estudio realizado por el Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMv) y la consultora Wine Intelligence, crecimiento que también se produce en valor. No obstante, el 2022 nos ha traído, más allá de la pandemia, la guerra en Ucrania, un incremento

de costes, una inflación desbocada, etc. ¿Cree que el mercado nacional podrá continuar con esta senda alcista a la vista de este panorama?

El 2021 fue el año de la recuperación tras el parón forzoso motivado por la pandemia y durante ese año se logró un crecimiento del 14 % con respecto al 2020, un ritmo interanual de consumo de vino que se ha suavizado durante el 2022.

Esta ralentización ha coincidido efectivamente con el inicio de un período de gran incertidumbre comercial, derivada de factores como el encarecimiento de la energía y el combustible, la guerra en Ucrania o la crisis del transporte y los suministros, que han desembocado en una fuerte inflación global.

Por lo tanto, a tenor de los indicadores que manejan los expertos, parece que la recuperación en el 2022 será más lenta de lo que se podía prever. En todo caso, nosotros debemos seguir trabajando para que el vino, consumido con moderación, siga muy presente en los momentos cotidianos y de ocio de los españoles y, para ello, mantendremos nuestras campañas de publicidad tanto en el entorno nacional como en el internacional.

En este último aspecto, es importante destacar los programas de promoción dirigidos a turistas que estamos desarrollando con ViniPortugal, las campañas de publicidad en China o el proyecto de formación sobre vinos de España que llevamos a cabo junto con el ICEX. Recordemos que somos el mayor exportador del mundo en volumen y el tercero en valor, por lo que posicionar nuestros vinos a escala internacional en ambos parámetros es de vital importancia.

¿Cómo estamos actualmente en cuanto al consumo nacional de vino? ¿Está funcionando la última campaña de promoción que han lanzado, *Tómate las cosas con vino*?

Recuperar el consumo de vino en nuestro país ha sido desde nuestros inicios uno de nuestros objetivos principales. Tras el parón del 2020 estamos recuperando los datos prepandemia, aunque no con el ritmo que parecía en el 2021, principalmente por la inestabilidad mundial que estamos viviendo.

Siendo conscientes de estos cambios, la estrategia del comité de *marketing* de la OIVE ha ido adaptándose a las nuevas situaciones que hemos vivido en estos dos años. Por ejemplo, creando una campaña de apoyo a la hostelería en los momentos más duros

de la pandemia; apelando al optimismo con nuestro lema #SiempreMedioLlena, y, en estos momentos, con la campaña *Tómate las cosas con vino*, que es una invitación a disfrutar y celebrar con vino no solo las grandes ocasiones, sino también los momentos cotidianos.

Además, en esta ocasión la campaña de publicidad en las principales cadenas de televisión y medios digitales ha ido acompañada de la apertura de un espacio temporal en Madrid, Espacio Vino, donde ofrecimos diferentes experiencias en torno al vino y que aspira a ser itinerante y salir a más puntos de la geografía española. Esto ha permitido que nuestro objetivo de hacer que el vino sea más cercano y presente tenga mayor cobertura. Ante este éxito, la campaña de publicidad y el espacio volverán a activarse en el último trimestre del año.

¿Qué nos puede comentar sobre las ventas al exterior de nuestros vinos y mostos? ¿Seguimos por el buen camino? ¿Qué mercados son o siguen siendo los más interesantes?

A pesar de vivir un período de gran incertidumbre, el comercio mundial de vino sigue creciendo. Según el último informe de exportaciones publicado por el OeMv dentro del acuerdo con la OIVE, las exportaciones de vinos españoles registraron hasta el pasado mes de junio su mejor semestre en valor en la serie histórica, tras facturar 1.435 M€, un 4 % más que en el 2021, pese a que cayeron un 11 % en volumen, hasta los 1.021,7 millones de litros.



En cuanto a nuestras ventas en los principales mercados mundiales, destacan especialmente los resultados en EE. UU., Alemania y el Reino Unido, donde

registramos facturaciones por valor de 355,5 M€, 348,8 M€ y 320 M€, respectivamente. Y, por supuesto, no hay que olvidar la importancia que para nosotros tiene Francia, donde vendemos 207,1 M€, principalmente por vinos a granel.

En cualquier caso, seguimos manteniendo aún cuotas relativamente bajas y bien por debajo de nuestra posición media en el comercio mundial en los casos de EE. UU., el Reino Unido, Canadá, China, Japón, Bélgica o Dinamarca. Por ello, será importante incidir en estos mercados en los próximos años.

A tenor de estos datos, es importante destacar que el mercado internacional está en un crecimiento continuo que debemos aprovechar. Nuestro país debe ampliar su cuota de mercado y valor, de ahí la importancia de contar con un plan estratégico que nos guíe para llegar a ese objetivo.

AgroBank acompaña desde hace años a la OIVE en su marcha. ¿Cómo valora la aportación al sector vitivinícola de la entidad financiera y en qué líneas quieren seguir colaborando para ayudar a su crecimiento?

Mi valoración es muy positiva porque gracias a esta colaboración ambas organizaciones hemos trabajado conjuntamente impulsando actuaciones que han ayudado a los operadores y a mejorar la competitividad del sector vitivinícola español.

Así, hemos puesto en marcha acciones y actividades conjuntas dirigidas al colectivo profesional vitivinícola, como la publicación de información sobre la coyuntura del mercado de manera periódica y de estudios sobre el papel del sector a escala nacional y en las diferentes comunidades autónomas; la organización de jornadas sectoriales, y, en los últimos dos años como consecuencia de la pandemia, el desarrollo de un amplio programa de formación *on-line* dirigido a los operadores del sector de temas técnicos.

Esperamos seguir contando con este apoyo porque nos esperan años complicados para los cuales, más que nunca, es necesaria la unión de los diferentes agentes del sector, entre los que, por supuesto, se encuentra AgroBank con una amplia presencia en todo el territorio a través de su red de oficinas.

Sostenibilidad medioambiental, social y... económica. ¿Cómo se casan estos tres objetivos en el mundo del vino?

Hablamos de triple sostenibilidad porque sin una parte no pueden existir las otras.

Desde el plano social, con el conocimiento de que creamos empleo, riqueza y oportunidades de futuro en cientos de pequeños pueblos, evitando que desaparezcan y ofreciendo futuro a las nuevas generaciones.

En el lado económico, siendo conscientes del papel del sector, que genera un 2,2 % del PIB nacional y casi medio millón de puestos de trabajo.

Finalmente, sostenibles en lo medioambiental, porque la gente del vino cuidamos el entorno, que es lo que nos da de comer y lo que queremos que dé de comer a nuestros hijos. Por ello, apostamos por la I+D+i para implementar inmediatamente cualquier posible mejora en la gestión eficiente de recursos como el agua o la energía.

Agentes del sector, instituciones y las propias organizaciones que conforman la Interprofesional del Vino de España debemos trabajar para que esos tres objetivos sean uno solo: la sostenibilidad del sector.

En cuanto a la sostenibilidad económica, recientemente han presentado el estudio de costes de producción de uva de vinificación. ¿Cuáles son, a su juicio, las principales conclusiones que ha reportado este estudio?

El estudio de costes de producción de uva de vinificación, junto al desarrollo de la aplicación Gesvid, busca ser una herramienta de ayuda para que cada viticultor analice individualmente los elementos de su producción y detecte aquellos en los que puede introducir mejoras para ser más competitivo.

Es importante destacar que los datos contenidos en el estudio no se pueden interpretar de ninguna manera como referencias de costes medios. Esto es así porque, como se puede ver en el propio informe, existe una amplia heterogeneidad de calidades y modelos de producción en el mundo del vino que se refleja en la diversidad de las producciones de uva. El precio de compraventa de la uva se debe fijar en un contrato tras la negociación de las partes y considerando los costes efectivos de producción del operador en cuestión como indica la ley.

Rural Innovation Hub: una palanca para la investigación agroalimentaria



Innovación agroalimentaria, transferencia al sector, *networking*, espacios colaborativos y palanca para la investigación y el desarrollo de zonas rurales es el ADN de un Rural Innovation Hub. Su impulsor, Francisco Gálvez, director de negocio de la empresa BALAM Agriculture, asegura que a los dos ya en funcionamiento –el Rural Innovation Hub El Valenciano, de Carmona (Sevilla) y el Rural Innovation Hub de Barrax (Albacete)– se sumarán pronto otros dos, el de La Vera-Campo Arañuelo, en Villanueva de la Vera (Cáceres), focalizado en cultivos alternativos al tabaco, y otro en Murcia, en el valle de Ricote, muy orientado a la biotecnología en el uso de microorganismos y bacterias para los cultivos agrícolas, en la calidad del suelo.

“Todo empezó en El Valenciano, nuestra finca demostrativa de BALAM (entonces era Galpagro; BALAM es fruto de la fusión de Galpagro y CBH) en abril del 2021. Allí empezamos a realizar algunos proyectos europeos con centros de investigación y universidades de diferentes países. Estas iniciativas despertaron mucho interés en el sector agroalimentario, sobre todo en la olivicultura. Al recibir tantas

visitas y ver la gran expectación del sector, se nos ocurrió montar un punto de encuentro, un centro de transferencia de conocimiento para el sector agrario. Nació así el primer Rural Innovation Hub”, comenta a AgroBank Francisco Gálvez.

En El Valenciano, inaugurado en el último trimestre del 2019, se trabaja en ensayos de orientaciones, programas de mejora genética del olivo o implantación de cubiertas vegetales con el objetivo de ser un ecosistema de innovación para la agricultura que esté a disposición de empresas, instituciones, profesionales, agricultores, universidades y otras entidades interesadas en aportar ideas y contenido.

Se ha convertido en un punto de encuentro para hacer demostraciones tecnológicas y de innovación y para la optimización de recursos, la sostenibilidad y la productividad del sector agroalimentario.

El segundo *hub*, el de Barrax, quiere convertirse en un referente en los sectores del ajo, cebolla, almendra, viña y pistacho, siempre enfocado hacia cultivos de alta densidad de producción.

Los dos centros están desarrollando un programa de formación para fomentar el empleo verde, la digitalización y emprendimientos y promoviendo proyec-

tos europeos de cultivos impactantes para cada una de las zonas.

La transferencia al agricultor de innovación aplicada para mejorar la competitividad, la eficiencia y el desarrollo de los cultivos llega a través de jornadas, encuentros con agricultores, congresos y eventos con centros de investigación, investigadores y universidades.

Nuevo proyecto en Extremadura

El nuevo proyecto, el Rural Innovation Hub La Vera-Campo Arañuelo, pretende buscar una alternativa a 14.000 hectáreas de tabaco con cultivos alternativos y viables para los agricultores de esta zona.

“La idea –subraya Francisco Gálvez– es promover puestos de trabajo, impulsar el relevo generacional y evitar la despoblación rural. Queremos que esta comarca tenga un proyecto transformador y hallar cultivos que sean viables en la misma.”



“Creemos que el cultivo de la aceituna de mesa puede ser viable en esta zona, también el pistacho y, algo muy innovador, el cultivo de plantas medicinales y aromáticas. Vamos a hacer una fuerte inversión en investigar qué tipo de planta medicinal se puede adaptar para que impulse o promueva la economía de la comarca”, argumenta.

El proyecto está muy avanzado. Junto a BALAM participan la Fundación Tomillo Tiétar y la Fundación Arraigo. Sus promotores trabajan en la búsqueda de socios colaboradores para el diseño de la sala y de la finca experimental con la intención de inaugurar este *hub* en el próximo mes de enero.

En la reciente presentación del nuevo centro, Gálvez afirmó que La Vera-Campo Arañuelo será un Rural

Innovation Hub con un apartado social más fuerte que los de Barrax y El Valenciano: “la Fundación Tomillo Tiétar y la Fundación Arraigo tienen grandes planes de formación e inserción laboral para el sector agroalimentario. Este componente social será algo que, además, ayudará a impulsar la zona y situar la comarca a otro nivel.”

En los dos *hubs* ya en funcionamiento se han promovido programas de mejora genética, de desarrollo de nuevos productos de nutrición avanzada para diferentes cultivos y de sostenibilidad. “Nosotros mismos, afirma Gálvez, estamos ensayando variedades de olivo en colaboración con la Universidad de Córdoba gracias a la finca El Valenciano y el Rural Innovation Hub.”

I+D por valor de 30 M€

Según destaca su promotor, los Rural Innovation Hubs han promovido ya proyectos de I+D y desarrollos por valor de alrededor de 30 M€, la mayoría europeos y algunos nacionales o de comunidades autónomas. En cada centro participan entre quince y veinte socios colaboradores, entre ellos, AgroBank.

Desde su punto de vista, una de las singularidades de esta iniciativa es que no se trata de un modelo único, ya que cada Rural Innovation Hub adapta el modelo al colectivo concreto y a la zona en la que se quiere ubicar un nuevo centro. Entre universidades, centros de investigación y otras instituciones colaboran con más de 20 entidades de Portugal, Grecia, Turquía, Marruecos, Italia, Francia y España.

Francisco Gálvez considera que BALAM está aportando un valor importante y diferencial al sector agroalimentario: “esa aportación de valor al final repercute mucho en la imagen y en el posicionamiento de nuestra empresa como tractora de todo ese desarrollo, de esas innovaciones, y en la promoción de la transferencia de conocimiento al sector agroalimentario en general.”

“Personalmente –puntualiza– me aporta satisfacción haber impulsado o creado un modelo que hoy en día es un caso de éxito en Europa y que cada vez más profesionales lo quieren para su zona, y no solo de nuestro país.”

“Con nuestro subproducto del arroz Oryzite podemos rebajar hasta un 70 % las emisiones de plástico”

Firme defensor de la economía circular, el emprendedor Iban Ganduxé ha creado, junto a la Cámara Arrocerá del Montsià, un nuevo y revolucionario material que compite con el plástico: Oryzite. Se trata de un producto versátil, polivalente y 100 % sostenible al que la industria ha acogido con los brazos abiertos.



¿Qué es Oryzite?

Oryzite es a la vez un proceso y un material. Transformamos la cascarilla de arroz hasta conseguir un material que parece plástico, pero no lo es. Con la utilización de este material, nuestros clientes reducen la utilización de plástico, consiguen bajar las emisiones de CO₂ y, a la vez, obtienen una explotación más productiva, ya que este material es más rápido de producir y las piezas que se crean con Oryzite pesan menos.

Al final, este producto se ha vuelto una *commodity* que ayuda a nuestros clientes a estar dentro de la normativa de cara al 2030, 2035 y 2040.

¿Cómo surgió el proyecto Oryzite?

Oryzite nació en el 2005, cuando nos dimos cuenta de las propiedades de la cascarilla de arroz y vimos que podíamos hacer un producto que sustituyera al plástico. Lo desarrollamos desde el 2005 hasta el 2009 y en el 2013 empezamos a trabajar con la Cámara Arrocerá del Montsià hasta conseguir el Oryzite tal y como lo conocemos hoy en día.

¿Por qué la cascarilla del arroz?

Hoy el arroz es el primer alimento mundial, una cosecha que se produce cada año. Y si tenemos en cuenta que el 20 % de un grano de arroz es cascarilla y que este subproducto no puede utilizarse para nada, ni para consumo humano ni siquiera para alimentar a los animales... ¿se puede pedir más?



La industria valora muy positivamente el Oryzite, ¿por qué?

Porque se trata de un material polivalente. No hay que hacer una estrategia para cada pieza o producto, sino que con el mismo material cada cliente puede formular y hacer una pieza diferente, igual que si

utilizara plástico. Además, es fácil de trabajar, algo muy novedoso, ya que hasta la fecha los compuestos vegetales existentes eran muy complejos.

¿Qué tipo de industria puede utilizar Oryzite?

Cualquiera que quiera unir el sector primario con el sector industrial: la industria cosmética, la automovilística, la construcción, etc. En definitiva, cualquiera que quiera sustituir el uso del plástico, reducir el peso de sus productos y contribuir al bien común rebajando las emisiones de CO₂ del planeta.

Tenemos la tecnología necesaria para reducir en un 50 % las emisiones, tal y como está indicando Europa. Utilizando Oryzite podemos bajar hasta un 70 % las emisiones de una pieza de plástico.

¿Cuál es su modelo de negocio?

Nuestro modelo siempre ha sido la implementación mundial. La primera planta ya está trabajando y la hemos inaugurado en Amposta, que es una zona arroceras, en la Cámara Arroceras del Montsià, pero nuestra previsión es montar muchas más plantas donde haya arroceras. Además, da la casualidad de que donde hay arroz hay fábricas de automóviles, con lo que podemos potenciar el kilómetro cero...



Actualmente, ¿están trabajando en algún otro proyecto innovador?

Sí. Uno de los proyectos que hemos puesto en marcha durante estos años de investigación del Oryzite es el Oryzam. También viene del subproducto del arroz y lo que hemos obtenido es un abono natural para la certificación ecológica de campos para que sean completamente libres de petróleo.

También hemos creado unas cápsulas de café totalmente solubles... Porque hablar de residuo cero está muy bien, pero no solo en el proceso de producción, sino al final y cuando estas cápsulas se disuelven generan unos aminoácidos presentes en el Oryzam que permiten el crecimiento de las plantas.

La Cámara, Premio a la Innovación Cooperativa en la UE

La Cámara Arroceras del Montsià fue una de las ganadoras del V Premio a la Innovación Cooperativa, en la categoría de Bioeconomía y Circularidad, que organiza la Confederación de Cooperativas Agroalimentarias de la Unión Europea, la COGECA.

Estos premios, que fueron entregados recientemente en Bruselas, reconocen la innovación sobresaliente y la creación de valor de las cooperativas, así como su aportación a la sostenibilidad económica, medioambiental y social en cualquiera de sus fases, ya sea en la concepción, investigación, desarrollo o comercialización.

La Cámara Arroceras del Montsià obtuvo el máximo galardón en el área de Bioeconomía y Circularidad por Oryzite, nuevo material procedente de los subproductos del arroz y al que ha dedicado más de 10 años de investigación.

La Cámara fue fundada en el año 1927 y reúne a más de 2.500 socios dedicados al cultivo, transformación y comercialización de arroz bajo la Denominación de Origen Protegida Arroz del Delta del Ebro.

Tal y como destacó su presidente, Jordi Marcel Matamoros, "para nuestra cooperativa, el compromiso con el desarrollo sostenible debe involucrar a toda la cadena de valor y trabajar en ecosistemas completos. Utilizar una menor cantidad de recursos y producir menores desperdicios es sinónimo de economía circular."

El sector vitivinícola lanza su Estrategia 2022-2027 para crecer en valor y rentabilidad

La Organización Interprofesional del Vino de España, OIVE, presentó en el pasado mes de julio en la sede del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación su hoja de ruta para mejorar el posicionamiento del sector, la sostenibilidad de toda la cadena y su revalorización.

Incrementar el valor y la rentabilidad del sector vitivinícola español y lograr un reparto equitativo a lo largo de la cadena son dos de los principales objetivos de nuestro sector vitivinícola de cara a los próximos cinco años según la Estrategia 2022-2027, que pretende posicionar a España como un referente vitivinícola de valor nacional e internacional.

El documento, elaborado por KPMG, es según destacó Ángel Villafranca, presidente de la OIVE, "el resultado de un exhaustivo proceso de investigación y análisis, que ha contado con la participación y consenso de todos los agentes del sector."

Con la elaboración de este plan, se definen cinco ejes principales centrados en incrementar el valor del conjunto del sector, que contemplan 22 iniciativas estratégicas con 101 acciones asociadas que se sustentan sobre las cualidades únicas y diferenciadoras del vino de España: calidad, diversidad, historia, tradición, sostenibilidad y modernidad.

Más información, en el Blog de AgroBank (<https://agrobankcaixabank.com/>)



CaixaBank renueva su acuerdo con el MAPA para mejorar la competitividad del sector



El pasado mes de abril tuvo lugar la renovación del convenio que CaixaBank mantiene abierto con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) con el objetivo de mejorar la competitividad del sector. El ministro Luis Planas y Juan Antonio Alcaraz, director general de Negocio de

CaixaBank, participaron en el acto protocolario de comunicación de la prórroga del convenio.

Mediante el mismo, CaixaBank se compromete a apoyar iniciativas de interés para el sector agroalimentario y pesquero, además de establecer líneas preferenciales de financiación y fomentar la internacionalización de las empresas agroalimentarias españolas.

Igualmente, se incluye apoyar e impulsar los proyectos de emprendimiento en el medio rural, con especial atención a jóvenes y mujeres, y favorecer la inversión para la modernización e innovación de las explotaciones agrarias.

Especialmente, se prevé posibilitar el acceso a vías de financiación que permitan mejorar la flota de maquinaria y equipos, así como ayudar financieramente a la investigación y la innovación tecnológica agraria y pesquera.

MicroBank y FADEMUR facilitarán microcréditos al emprendimiento rural



La presidenta de la Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales (FADEMUR), Teresa López, y el presidente de MicroBank, Juan Carlos Gallego, rubricaron recientemente un convenio de colaboración para facilitar la financiación de proyectos empresariales a través de microcréditos. Al acto asistió Sergio Gutiérrez, director de AgroBank.

Con este acuerdo, se establece una línea de financiación de 1 M€ para potenciar el autoempleo e incentivar la actividad emprendedora, favoreciendo la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, nuevos residentes, personas con discapacidad y con especial atención a los colectivos en situación de vulnerabilidad.

Los beneficiarios serán profesionales autónomos y microempresas con menos de diez trabajadores y una facturación anual inferior a 2 M€. Los solicitantes podrán optar a microcréditos por un importe máximo de 25.000 euros. Asimismo, los proyectos deberán tener un plan de empresa y el informe favorable de viabilidad elaborado por FADEMUR.

V Encuentro de la Lanzadera Rurality

Por otro lado, FADEMUR reunió el pasado 15 de junio, en el salón de actos de CaixaBank del edificio Puerta de Europa en Madrid, a 300 emprendedoras para celebrar su V Encuentro de la Lanzadera Rurality.

En el mismo, Teresa López resumió el trabajo realizado dentro de la Lanzadera durante el último año acompañando a 327 proyectos en 238 municipios rurales de 10 comunidades autónomas, lo que supone un incremento del 54 % desde el mes de junio del 2021. Cabe destacar que el 40 % de estos proyectos están liderados por mujeres menores de 40 años y el 66 % se localizan en municipios de menos de 5.000 habitantes.



Carlos Seara, director de la Red AgroBank, participó en este encuentro para presentar la línea de microcréditos abierta con FADEMUR.

Más información, en agrobankcaixabank.com

Cuatro finalistas del Premio Cátedra AgroBank a la Mejor Tesis Doctoral

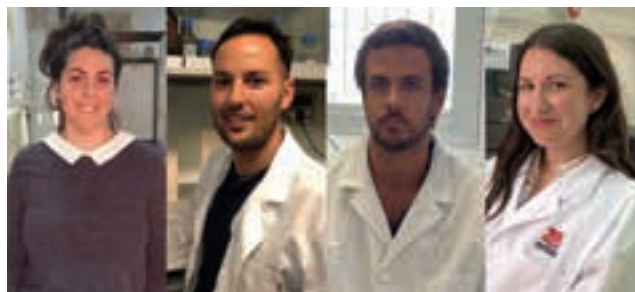
CaixaBank y la Universidad de Lleida (UdL), a través de la Cátedra AgroBank Calidad e Innovación en el Sector Agroalimentario, han seleccionado a los cuatro finalistas del VI Premio a la Mejor Tesis Doctoral para reconocer la investigación llevada a cabo en agricultura, ganadería o alimentación, especialmente en los ámbitos de la innovación, calidad o

seguridad agroalimentaria, distinguiendo aquella tesis que suponga un avance significativo en el conocimiento en este campo.

María Emma García Pastor, doctora por la Universidad Miguel Hernández de Elche; Pedro García Serrano, doctor por la Universidad Pablo de Olavide de

Sevilla; Alberto Ortiz Llerena, doctor por la Universidad de Extremadura, y Laura Settler Ramírez, doctora por la Universidad Politécnica de València, han sido elegidos los cuatro finalistas por el jurado, que está formado por el director de la Cátedra AgroBank y los miembros del Comité Asesor Científico Técnico de la misma.

Más información, en agrobankcaixabank.com



Los vinos canarios, a debate en la jornada “Wine Tour” de CaixaBank y elBullifoundation

El pasado 6 de julio, más de 60 empresarios y profesionales del sector bodeguero y de restauración de las islas Canarias asistieron en Santa Cruz de Tenerife a la jornada formativa “Wine Tour” organizada por CaixaBank y elBullifoundation, que impartió su director de Bebidas y sumiller, Ferran Centelles, con el objetivo de mostrar el método de investigación sobre el que se construye la obra *El sapiens del vino* y debatir sobre los retos a los que se enfrenta el sector vitivinícola canario.

“Para nosotros es un privilegio y un orgullo poder celebrar este ciclo formativo para poner en valor los vinos de las islas y fomentar la innovación y el desarrollo del sector vinícola”, destacó el director territorial de CaixaBank en Canarias, Juan Ramón Fuertes.

Por su parte, el presidente de la DOP Islas Canarias-Canary Wine, Juan Rubén Ferrera, subrayó la importancia de contar con estas jornadas “porque suponen un gran estímulo para seguir posicionándonos como productores de vinos de alta expresión.”



AgroBank participa en el 8º Congreso de Cooperativas Agro-alimentarias de España



Patrocinado también por AgroBank, Toledo acogió del 30 de junio al 1 de julio el 8.º Congreso de Cooperativas Agro-alimentarias de España, un evento muy esperado por el colectivo cooperativo, ya que tuvo que suspenderse en el 2020 a causa de la pandemia.

El encuentro reunió a 700 delegados de cooperativas de toda España bajo el lema “Cooperativas, juntos hacia un futuro sostenible” y en el mismo se quiso poner el foco en el papel del cooperativismo actual para afrontar un futuro sostenible en sus tres vertientes: la económica, la social y la medioambiental.

El Congreso –en el que tuvo lugar la presentación de la marca Producto Cooperativo– contó con la intervención, entre otras personalidades, del ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas; el presidente de la Junta de Castilla-La Mancha, Emiliano García Page o el comisario de Agricultura de la UE, Janusz Wojciechowski (este, vía *on-line*).

Más información, en agrobankcaixabank.com

Bienvenidos a la era del limón



El limón cultivado en España ha demostrado una gran resiliencia a lo largo de la campaña 2021/2022. Ni el incremento de la competencia con el limón extracomunitario ni la fuerte inflación que acecha a Europa han podido con este cítrico producido principalmente en los campos de Murcia, Alicante y Andalucía, cuyo período de recolección finalizó con “un balance positivo”, según destaca la Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo de España (ALIMPO), que, con sede en Murcia, representa los intereses económicos de productores, cooperativas, exportadores e industriales de limón y pomelo.

Y es que el limón proporciona a los consumidores un amplio abanico de propiedades y beneficios nutricionales al tratarse de un alimento natural, sin grasas y perfecto para profesar un estilo de vida saludable. Igualmente, también es una fuente importante de vitamina C, disminuye la fatiga y optimiza la absorción del hierro: atributos apreciados por los profesionales de la salud y el deporte.

Para José Antonio García, director de la ALIMPO, “desde el 2015 el consumo tanto internacional como europeo ha crecido a doble dígito. Sin embargo, en el 2020 la demanda se disparó aún más ante la recomendación de tomar vitamina C para reforzar el sistema inmunitario frente a la COVID-19.” García recomienda optar por el consumo de limón

producido en la UE porque se comercializa bajo las máximas garantías de calidad, frescura, sostenibilidad, trazabilidad y seguridad alimentaria si se compara con el limón extracomunitario.

Estas características del limón de origen europeo son difundidas por la Interprofesional en su campaña de información *Bienvenido a la Era del Limón*, que con el respaldo de la UE fomenta hoy su consumo entre las nuevas generaciones de consumidores de Alemania, Francia y España.



En total, España produjo unas 990.000 toneladas de limón durante la campaña 2021/2022, de las que el 80 % fueron de la variedad fino o primofiori, mientras que el 20 % restante correspondió a la verna. Este dato supone un descenso del 4 % frente a la temporada anterior, merma causada por las condiciones climatológicas adversas del 2021 –frío, viento y lluvias– que influyeron en la floración y el cuaje de algunas áreas de cultivo.

España es líder mundial de exportación en fresco y segundo país procesador de limón, con 700 M€ anuales de facturación y 23.000 empleos directos

La aportación de España ha motivado que la Unión Europea se sitúe a la cabeza de la producción mundial de limón, con 1.640.000 toneladas recolectadas en la campaña 2020/2021, según datos de la World Citrus Organisation (WCO). De hecho, la cuenca europea del Mediterráneo, que cuenta con un bosque de más de 9 millones de limoneros, ha pasado a ser una de las zonas productivas de referencia en todo el mundo, lo que garantiza el suministro de este cítrico los 12 meses del año.

El limonero en España

Destaca la Interprofesional que la introducción del limonero y su cultivo en España se debe a los árabes, hecho del que dan testimonio los tratados de dos importantes autores andaluces. Ibn-al-Awam, en su *Libro de Agricultura*, escrito en la segunda mitad del siglo XII, hace una descripción detallada de procedimientos para la multiplicación y el cultivo del limonero y otros agrios, por lo que se deduce que se trataba de frutales perfectamente conocidos en aquella época. Ibn-el-Beithar, por ese mismo período, nos ofrece su *Diccionario de remedios sencillos*, en el que refleja las propiedades más sobresalientes con referencia al zumo de limón, además de exaltar sus propiedades curativas.

A comienzo de la Edad Moderna era ya importante su difusión por el levante, el sureste y Andalucía; si bien eran utilizados como árboles ornamentales, es precisamente por estas fechas cuando se inicia el aprovechamiento de sus frutos. Y es ya en pleno siglo XIX cuando se inicia un fuerte incremento en su producción y se fomenta la transformación de terrenos de secano en regadío.

La huella hídrica más baja del sector hortofrutícola

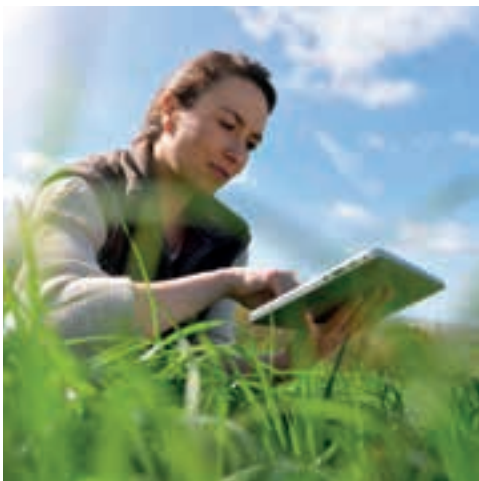
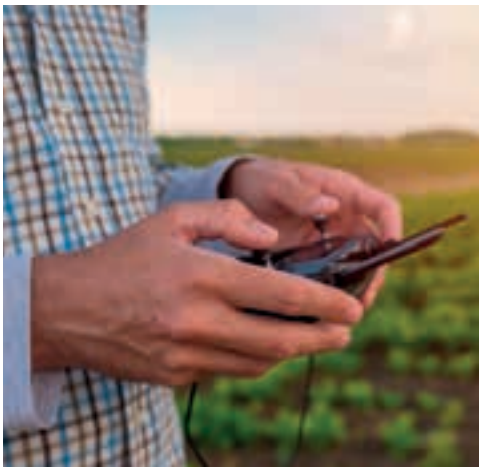
El cultivo del limón en España es un modelo en el aprovechamiento y la gestión óptima del agua de riego gracias a las inversiones materializadas en infraestructuras de almacenamiento y distribución. De esta manera, el 84 % de la superficie cultivada utiliza sistemas de riego localizado, lo que consigue un uso más eficiente de los recursos hídricos y nutritivos de las plantas.

Tal situación ha conseguido aumentar la productividad, que a día de hoy es un 274 % superior a la de hace 30 años, lo cual provoca también que la huella hídrica del limón sea actualmente 173 m³/t inferior a la anotada en 1990, es decir, un 39 % menos, según se desprende del informe *Huella hídrica del limón en España* realizado por la AILIMPO.



La huella hídrica es un indicador del uso de agua dulce para obtener un producto o servicio que considera el consumo directo y el indirecto a lo largo de la cadena de suministro. Para ello, se tienen en cuenta tres factores: la huella hídrica azul, que es el agua extraída de fuentes superficiales o subterráneas, la huella verde –derivada de la lluvia asimilada por los cultivos– y la huella hídrica gris, la cual corresponde al agua utilizada para evitar la alteración del agua azul.

El informe cuantifica la huella hídrica del limón que se cultiva y produce en España en unos 271 m³/t, siendo la huella azul de 155 m³/t, la verde de 56 m³/t y la gris de 60 m³/t.



Siéntete parte de la agricultura del futuro

En CaixaBank queremos apoyar a todas las personas que transformáis el sector agroalimentario. Por ello, hemos creado el mayor **ecosistema de innovación agro** con el que podremos poner en marcha nuevos proyectos de digitalización, dar un impulso a jóvenes y mujeres a través de la innovación y ofrecer acceso a Fondos Next Generation EU para una agricultura sostenible.

Entra en cualquiera de nuestras más de 1.600 oficinas, que cuentan con más de 3.000 gestores especializados, o en CaixaBank.es/agrobank y siéntete parte de la nueva era del mundo agro.



AgroBank