

ARAGON.COOP



> Publicación de Cooperativas Agroalimentarias de Aragón (FACA)



@CoopsAgroARA
COOPERATIVAS
AGROALIMENTARIAS DE ARAGÓN
TIENE CUENTA EN X (Twitter)
¡SÍGUENOS!

AGRICULTURA

Cereal: buena cosecha, malos precios

PÁGINA 5

GANADERÍA

Redes zoosanitarias cunícola y ovina de Aragón

PÁGINA 8

Ovejas y cabras para la prevención de incendios

PÁGINA 10

INNOVACIÓN

Jornada Cultiva 2026: Monegros Norte

PÁGINA 12

Seleccionar la semilla adecuada

PÁGINA 14

COOPERATIVAS

Grandes vinos Núbilo, cuando el vino sin alcohol se vuelve gourmet

PÁGINA 22

Grupo Pastores en FEMOGA y Feria de Cedrillas

PÁGINA 22

Arrocera del Pirineo busca incrementar el valor añadido del arroz de Aragón

PÁGINA 23

LA COMUNICACIÓN: UN VALIOSO CULTIVO PARA LAS COOPERATIVAS

La comunicación es hoy vital para la supervivencia empresarial. Las cooperativas, por sus valores y forma de gestión, poseen una ventaja competitiva que deben visibilizar. Porque detrás de cada uno de sus alimentos, hay mucho más. PÁGINA 3

En las
COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS
trabajamos

naturalmente unidos
P O R A R A G O N

cooperativas agroalimentarias Aragón
Año Internacional de las Cooperativas
ARAGÓN SABOR DE VERDAD
GOBIERNO DE ARAGÓN

AGRO RURAL DE TERUEL

El servicio agrario integral de

CAJA RURAL DE TERUEL

Editorial

LOS MANOTAZOS DEL AHOGADO

L

a coyuntura internacional está provocando las condiciones idóneas para la formación de una tormenta perfecta sobre la cabeza de la Unión Europea. El desencadenante fundamental, evidentemente, es el giro copernicano que ha decidido dar la nueva administración norteamericana a su política internacional. El presidente Trump se muestra mucho más cercano, ideológica y psicológicamente, a los diferentes autócratas que rigen los que, hasta su llegada a la Casa Blanca, eran países rivales de los EE. UU. en el tablero geoestratégico mundial, que de sus históricos aliados de las democracias occidentales. Así, mientras utiliza un guante de seda con países como Rusia, Corea del Norte o, incluso, su archicompetidor China, paralelamente se dedica a zancadillear y complicar la vida a sus, en teoría, aliados de la OTAN y socios comerciales tradicionales.

El Gran Timonel norteamericano del buque occidental ha tirado por la borda a su grumete europeo, y este, en un desesperado intento de supervivencia, manotea intentando que lo vuelva a admitir en su seno. El ruidoso chapoteo atrae a otros navegantes que, con dulces cantos de sirena y una cara mucho más amable que la del Almirante Naranja, buscan atraer para sí al naufrago noqueado. Pero el temor a que el

No es solución diluir más nuestra débil organización europea, porque no lleva más que a convertir a cada país en un mero satélite al servicio de los intereses de las grandes potencias

almibarado arrullo se convierta, en última instancia, en terminar engrilletado en la sentina de la nueva embarcación, provoca el rechazo a esa nueva alianza. De esta forma, a Europa no le quedan más que dos alternativas: O formar la Coalición de los Errantes, junto a socios canadienses, japoneses o coreanos, o aprender por sí sola a flotar primero y a nadar después. Quizás una combinación de ambas posibilidades sea la solución que nos permita una viabilidad como Unión a largo plazo.

Lo que no es solución es diluir y fragmentar aún más nuestra débil organización europea, porque no lleva más que a convertir a cada país en un mero satélite al servicio de los intereses de las grandes potencias. Para muestra, un botón: el generoso rescate financiero recientemente ofrecido por los Estados Unidos a Argentina, llevó aparejada la condición

necesaria del retorno de las retenciones (impuestos) a las exportaciones de cereales y soja de este país. Es decir, condiciona la «ayuda» a inflar los precios de las materias primas agrarias procedentes del país austral para hacer más competitivos los productos estadounidenses, impactados hasta el límite de la supervivencia por el viraje importador de China hacia el Cono Sur americano.

Porque el sector agroalimentario nunca ha de olvidar que, desde siempre, ha sido la moneda de cambio cuando se tensan las relaciones internacionales, tengan estas que ver, o no, con asuntos de política comercial. Y que cuanto más pequeño se es y menos se pinta en el escenario geoestratégico mundial, más grande es la factura que va a pagar para que el país siga siendo el grumete del timonel de turno. Vamos a tener que remar. Y mucho. ❀

Colaboración



Amparo Cuéllar

DIRECTORA GENERAL DE INNOVACIÓN Y PROMOCIÓN ALIMENTARIA DEL DEPARTAMENTO DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y ALIMENTACIÓN DEL GOBIERNO DE ARAGÓN

Comunicar también es producir

E

n un mundo que cambia a la velocidad de un clic, la comunicación se ha convertido en un factor estratégico para la competitividad de cualquier empresa. En el caso de las cooperativas agroalimentarias, comunicar bien no es un lujo: es una herramienta de supervivencia, de reputación y, sobre todo, de futuro.

Sí, las cooperativas aragonesas son mucho más que estructuras económicas. Representan un modelo social, territorial y de valores que da sentido al medio rural. Pero esa fortaleza interna necesita traducirse en una fortaleza en forma de marca: el mercado, los consumidores y la sociedad deben percibir lo que el cooperativismo aporta, que es mucho. Y eso solo ocurre si se comunica de forma

clara, constante y coherente.

No basta con producir bien: hay que contarlo incluso, mejor.

Contar quiénes somos, cómo trabajamos, qué valores existen detrás de cada producto, por qué elegir una marca cooperativa es también una forma de apoyar la economía local y a nuestro territorio. Y todo eso lo debe saber cada una de las personas que se acerca a una tienda y tiene que elegir. Comunicar no es sólo hacer publicidad; también construir confianza, generar orgullo de pertenencia y diferenciarse en un mercado saturado de mensajes.

Desde el Departamento de Agricultura, Ganadería y Alimentación del Gobierno autonómico llevamos tiempo apostando por esa forma de comunicar. Lo hacemos a través del Plan de la Agroalimentación de Aragón 2025-2028 en el que se enmarca la nueva campaña «Aragón Alimentos. Aragón, Sabor de verdad», una estrategia que no solo promociona productos, sino también la identidad y los valores del sector agroalimentario aragonés, de sus profesionales, a través de una nueva imagen preparada para un nuevo tiempo. Queremos que el consumidor asocie nuestros alimentos con autenticidad, carác-

Las cooperativas aragonesas son mucho más que estructuras económicas. Representan un modelo social, territorial y de valores que da sentido al medio rural

Es el momento de que las cooperativas aragonesas tengan acento propio, de que muestren su capacidad de innovación, su aportación a nuestra tierra

ter, sostenibilidad, calidad y sabor, y eso solo se consigue si comunicamos con emoción y, sobre todo, con verdad.

Este Año Internacional de las Cooperativas es una oportunidad para redoblar ese esfuerzo. Es el momento de que las cooperativas aragonesas tengan acento propio, de que muestren su capacidad de innovación, su aportación a nuestra tierra, y de que lo hagan utilizando los canales y formatos que hoy marcan la diferencia: redes sociales, medios tradicionales y digitales, contenidos audiovisuales y colaboraciones institucionales. Con rigor y sin ningún tipo de complejo.

Desde el departamento de Agricultura, Ganadería y Alimentación del Gobierno de Aragón creemos firmemente que la comunicación no es un gasto, sino una inversión que se traduce en números, en reputación y en atracción de talento.

Y las cooperativas tienen una ventaja competitiva enorme: su historia, su arraigo y su gente. Comunicar eso —con honestidad y profesionalidad— es tan importante como sembrar, cuidar o cosechar. Porque en el fondo, sí: comunicar también es producir. ❀

La comunicación es algo esencial para las personas, nos permite transmitir ideas, emociones, colaborar... su influencia es tan relevante que es, de hecho, la base sobre la que se ha asentado todo el progreso humano.

Como consecuencia, a partir del momento en que las personas comienzan a organizarse por medio de empresas que permiten satisfacer necesidades y proveer servicios, también se hace necesario para estas atender a la comunicación, adoptando de forma natural una cualidad de origen humano.

Las cooperativas nacen también gracias a la comunicación: personas con intereses comunes que interactúan para llegar a construir estructuras en las que la base social es fundamental y en las que, dado que la propiedad y la gestión dependen de un grupo de personas, la comunicación se convierte en parte de su esencia, algo necesario para su propio funcionamiento y para alcanzar sus fines.

Sin embargo, a pesar de que para la propia creación y sostenimiento de las cooperativas sea tan importante atender este ámbito, y a pesar también del importante peso del cooperativismo en nuestro país y en nuestra comunidad, la comunicación y la promoción agroalimentaria han sido para muchas entidades una asignatura pendiente durante muchos años. Todavía hoy, no resulta difícil encontrar cooperativas que no las realizan, con la pérdida de oportunidades que esto conlleva y el riesgo futuro que cada vez más implica.

En estas líneas trataremos de acercar el poder que el ámbito de la comunicación tiene para generar valor en las cooperativas, además, de forma significativamente diferencial respecto a otro tipo de organizaciones.

Comunicación interna, la raíz de una cooperativa sólida

Como adelantábamos, la forma

La comunicación: un valioso cultivo para las cooperativas

En el mundo actual, donde la atención es escasa y las decisiones se toman en segundos, la comunicación se torna fundamental: sostiene la competitividad y hace posible la diferenciación. Y eso es, cada vez más, lo que permite la supervivencia.

Xabier Otazu. COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS DE ARAGÓN



de trabajar de una cooperativa está inherentemente vinculada con la comunicación y con el provecho y buen uso que de ella se haga. Es esencial tener un flujo de información transparente y adecuado con los socios, en tanto que son propietarios de la organización. Hay que trasladarles no solo los éxitos, sino también los desafíos. Hay cooperativas que son muy activas en este sentido, pero otras, aun sabiendo el papel fundamental del socio, no se comunican con él si no es imprescindible. Es necesario hacerlo porque, aunque pueda implicar mayor desempeño, es la mejor forma de sostener su confianza, su compromiso y su sentido de pertenencia.

La comunicación ha de ser siempre bidireccional. Deben existir mecanismos para que los socios y los trabajadores puedan aportar ideas, quejas o sugerencias y, siempre, se sientan (y, de hecho, sean) escuchados. Consecuencia de una buena práctica en este sentido es que se evitarán conflictos, se aliviarán los existentes, se podrán alinear objetivos y se generará una mayor certidumbre sobre aquellos temas sobre los que se han de tomar decisiones.

Comunicación externa: ventana al mundo

Dentro de la comunicación externa hay que atender, por un lado, al intermediario o colaborador que nos ayuda a hacer llegar nuestro producto hasta el consumidor final y, por otro, el propio consumidor final, que es quien da sentido a todo el esfuerzo previo realizado desde que se siembra la primera semilla de una campaña.

En este ámbito, desde Cooperativas Agroalimentarias de Aragón se viene realizando una dedicada labor, ya que hay que entender la necesidad de llegar a los ciudadanos y hay que reivindicar los valores propios de las cooperativas, esos valores diferenciales

PASA A LA PÁGINA SIGUIENTE >>>



Impulsa tu explotación de regadío

Moderniza tus parcelas con la financiación que necesitas

Con Caja Rural de Aragón, puedes financiar el **amueblamiento de tus parcelas de regadío** con las mejores condiciones:

- Plazos de financiación de hasta **20 años** en garantía personal
- Soluciones flexibles adaptadas a tus necesidades
- Impulsa la eficiencia y rentabilidad

Haz crecer tu explotación con tecnología, innovación y una gestión eficiente del agua

 **CAJA RURAL
DE ARAGÓN**

cajaruraldearagon.es | in x f @ o d

<<< VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

que ninguna otra empresa puede enarbolar en su conjunto y que son, sin embargo, la base fundamental sobre la que se asienta cualquier cooperativa.

Philip Kotler lo expresó con claridad: «La mejor publicidad es la que hacen los clientes satisfechos», y en el caso de las cooperativas los clientes pueden sentirse satisfechos tanto por el alimento adquirido como por estar participando de algo más grande. Porque estamos hablando de conseguir la mejor calidad y el mejor sabor, sí, pero estamos también hablando de que las cooperativas ofrecen unas garantías adicionales como la trazabilidad absoluta, productos recolectados en el mejor momento y que son de proximidad, con lo que la huella ambiental es notablemente inferior a la que implica traer alimentos desde terceros países. Y esta ventaja medioambiental se suma a la propia labor de los agricultores y ganaderos, en tanto que son los primeros interesados en velar por el buen estado de las tierras que cultivan. También estamos hablando de empresas no deslocalizables, gestionadas de forma democrática, que pagan sus impuestos en el territorio y que están compuestas por familias que habitan las zonas rurales, crean empleo y dan servicios en ellas.

Son muchos los argumentos de valor que podemos trasladar a nuestros clientes externos.

Guy Kawasaki, reconocido experto en comunicación y marketing, remarcaba que «o eres dife-

rente, o eres barato». Las cooperativas, por su propia composición y forma de trabajo, son de por sí diferentes y eso, hoy en día, es una cualidad de incalculable valor.

La proporción de ciudadanos que miran más allá del coste económico de un bien no para de incrementarse. Son ya mayoría (y la tendencia continúa al alza) quienes combinan el precio con el contexto. Por supuesto que quieren el mejor sabor y alimentos seguros y confiables, pero también buscan sentido: procedencia, valores, impacto en el territorio, huella ambiental, responsabilidad. Leen las etiquetas, buscan reseñas, preguntan en redes... Se informan.

Y en una época en la que el consumidor se informa, las cooperativas tienen que hacer el esfuerzo de comunicar. Tienen que trasladar aquello que le es propio porque está muy alineado con aquello que el ciudadano de hoy en día busca y valora. El silencio no es nunca una buena opción porque «lo que no cuentas tú, otro lo contará por ti», a lo que habría que añadir que «lo hará pensando en sus intereses, no en los tuyos».

También es comunicación externa la que se dirige a aquellos intermediarios que nos ayudan a llegar al consumidor final. Es importante reivindicarse como proveedores de confianza, resaltar la estabilidad, la calidad homogénea y la profesionali-

cuando los hay, pero también afrontan pérdidas si se dan y este peso compartido que nace de la

unión de las personas las hace poderosas porque, por un lado, pueden participar de las economías de escala y ser más competitivas, pero cuando surge una situación complicada, les resulta más viable salir adelante. Y esto es algo que un intermediario debe conocer y valorar, porque dentro del mundo de la alimentación, una cooperativa siempre va a ser una opción sostenible en el tiempo, lo cual resulta una garantía para quien necesita recibir y distribuir un producto.

Es por ello que cualquier cooperativa o empresa en general debe contar con una herramienta que le será de gran utilidad: el plan de comunicación. En él se recogerán las estrategias, objetivos, recursos y acciones de comunicación de la cooperativa, siempre orientados a que ésta pueda

alcanzar su misión. El plan permitirá establecer metas concretas y evaluar si se han conseguido. Dentro del mismo, un apartado indispensable será el de la comunicación de crisis. Una buena preparación en este apartado puede ser también un salvavidas cuando existe una situación compleja sobrevenida, porque pueden darse múltiples circunstancias, pero la mayoría de ellas pueden observarse por adelantado (una plaga, una alerta sanitaria, una mala cosecha...). Designar a una persona que centralice el mensaje y «dé la cara» y actuar con celeridad y de forma transparente, siempre obrará a favor. Es preferible una mala noticia a tiempo que un silencio que permita que los rumores tomen la palabra (y acostumbran a ser peores que cualquier realidad, por compleja que resulte).

El puente natural

Invertir en comunicación es hacerlo en el futuro de la cooperativa. La ausencia de ella, aunque en el pasado permitiera la supervivencia (sin ser nunca la mejor opción), es inconcebible para los años venideros. La semilla en una cooperativa fuerte es la unión de los socios que la componen, pero el agua que la hace germinar viene de la mano de una comunicación clara, constante y estratégica.

En un mercado como el actual, es necesario ser comprensible, coherente y cercano. Y pocas cosas lo son tanto como una cooperativa que cuenta bien lo que hace y por qué lo hace. ■

En un mercado como el actual, es necesario ser comprensible, coherente y cercano. Y pocas cosas lo son tanto como una cooperativa que cuenta bien lo que hace y por qué lo hace.



NATURALMENTE UNIDOS POR ARAGÓN

III En Cooperativas Agroalimentarias de Aragón somos conscientes de la importancia de atender el ámbito comunicativo. Hace unos años se realizó un estudio para analizar el conocimiento existente sobre el cooperativismo entre los ciudadanos. Se observó que este había disminuido. Mientras que en las zonas rurales todavía era razonablemente alto, en las zonas urbanas acusaba un importante decrecimiento, aún más acentuado entre las franjas de población más jóvenes. Esto propició que la federación creara un departamento de Comunicación que hiciera posible trabajar en este ámbito.

Desde el inicio, el departamento de Comunicación subrayó: «Si el consumidor actual cada vez está más alineado con los valores y principios cooperativos es una pérdida de valor incalculable que no los conozca».

Y con la premisa de revertir esa situación se trabaja desde entonces en distintas acciones. La federación, por ejemplo, es actualmente una fuente fiable y frecuente de información de valor sobre agroalimentación, algo que ha permitido multiplicar por cuatro la presencia del cooperativismo

en los distintos medios de comunicación aragoneses.

Además de ello, se trabaja para incentivar la comunicación en las distintas cooperativas, dando apoyo a aquellas que lo precisan e impulsando activamente proyectos como la marca Producto Cooperativo o la campaña Buenas hasta el Hueso, entre otros.

También se apuesta por la divulgación por medio de la campaña 'Naturalmente Unidos por Aragón'.

Se consideró que, celebrándose este año 2025 el Año Internacional de las Cooperativas, se debía hacer un esfuerzo adicional para visibilizar este modelo productivo, impulsando una campaña de mayor envergadura.

Así, durante este otoño, y con el apoyo del Gobierno de Aragón, que ha secundado la iniciativa, se están desarrollando una serie de acciones para divulgar entre los aragoneses el valor del cooperativismo agroalimentario de nuestra región. Una campaña muy centrada en las familias que están detrás de la producción de alimentos, pero que también habla de nuestra tierra, de nuestros productos, de nuestra forma de trabajar y de nuestras zonas rurales.

Radio, televisión, prensa impresa y digital, publicidad exterior, salas de cine... todo para intentar llegar al mayor número posible de aragoneses y recordarles que las cooperativas están ahí, cerca

de nosotros, proporcionando alimentos para todos a precios razonables y con el mejor sabor.

Con un lenguaje cercano y recurriendo a animaciones en las que se ven personas realizando diversos trabajos, 'Naturalmente Unidos por Aragón' aspira a ser algo más que una campaña, una forma de reivindicar el papel del cooperativismo aragonés y de las familias que lo componen, trabajando unidas para dar lo mejor de nuestra tierra.





Fernando Cunchillos
COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS
DE ARAGÓN

A pesar de las buenas producciones de cereal de este 2025, los agricultores muestran preocupación. Si bien ha sido, productivamente, un muy buen año, la caída libre de los precios de los cereales a lo largo de los últimos tres años está dibujando en los productores de cereal un gesto de intranquilidad.

El año 2025 podría ser en Aragón el año en el que la parte productiva permitiera recuperar las arcas, tan dañadas en los años 2023 y 2024 como consecuencia de la sequía. Sin embargo, el paso de los meses y el estudio de los mercados no aportan evidencia alguna

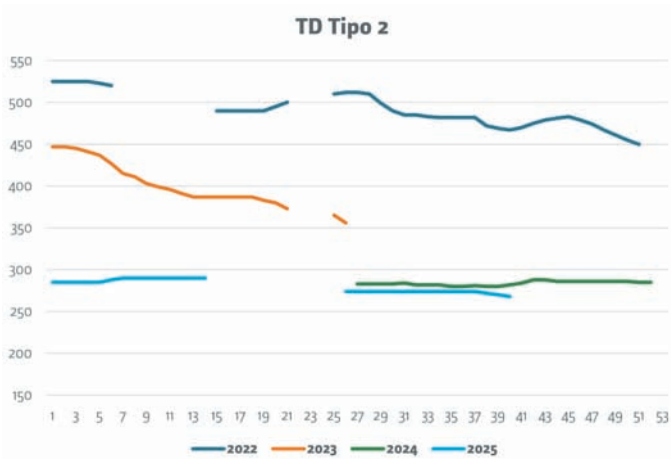
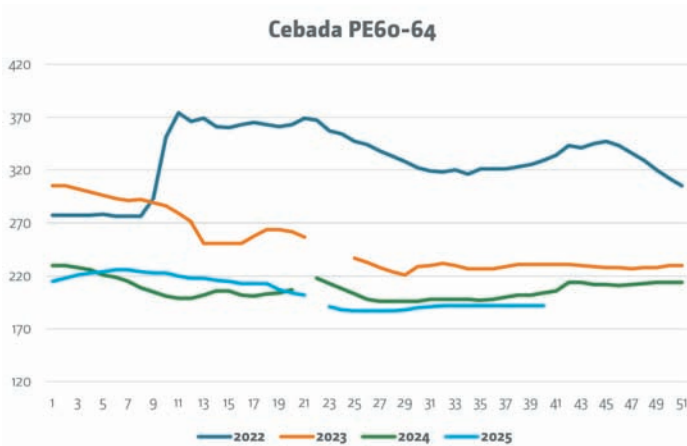
de que vaya a ser así.

La evolución del mercado cerealista español ha estado definida desde 2022 por una tendencia claramente bajista en los precios del cereal de invierno, especialmente trigo blando, trigo duro y cebada.

Varias son las razones que se solapan y que tienen negativas consecuencias en los bolsillos de los productores. Un año como el 2023 con una de las peores cosechas en España, trajo consigo la búsqueda de alternativas productivas a las nacionales, que unido a unas excelentes cosechas en países exportadores incrementando la disponibilidad en los mercados internacionales, junto con entradas de cereal de algunos países con bajos precios y sin aranceles presionados por los precios internos, una demanda que no ha crecido al ritmo de la oferta reduciendo la presión comprado-

EVOLUCIÓN DE PRECIOS (2022–2025)

Producto	Precio 2022	Precio 2023	Precio 2024	Precio 2025
Trigo blando (Pienso)	359,62	275,42	228,92	230,925
Cebada 60-64	330,00	250,00	207,50	204,70
Trigo duro (Tipo 2)	489,6	401,65	283,73	280,37



ra, así como factores como el fortalecimiento del dólar y las políticas monetarias restrictivas han contribuido a la caída de las cotizaciones en las bolsas internacionales.

Y todo esto, no sería más que una condición de un complejo mercado si no fuese porque debemos añadir una cadena de premisas que todavía complican más la rentabilidad del sector, evidenciándose una desconexión entre los costes de producción y los precios de venta, definiendo márgenes cercanos a beneficio cero en el

La línea que se dibuja año tras año genera ansiedad y preocupación entre los productores que ven cómo sus márgenes se estrechan pese a campañas productivas que, en algunos casos, han rozado cifras récord.

mejor de los casos y generando una situación de incertidumbre que en pocos momentos se había conocido. Un evidente ejemplo de la desconexión son los costes de fertilizantes y gasóleo que siguen manteniendo unos umbrales altos y de los seguros agrarios con claro crecimiento a pesar de la caída del precio de venta.

Los datos numéricos o su observación en gráficas no hacen sino demostrar una caída sostenida en los precios del cereal de invierno a lo largo de este periodo, sin entrar a informar del margen por explotación o hectárea.■



NO TE LA
JUEGUES

Confía en Auros® para tu cereal

No dejes el esfuerzo de todo
un año en manos del azar

Regulación del mercado del aceite

Alicia Hernández

PRESIDENTA DE LA SECTORIAL DEL ACEITE
DE COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS
DE ARAGÓN

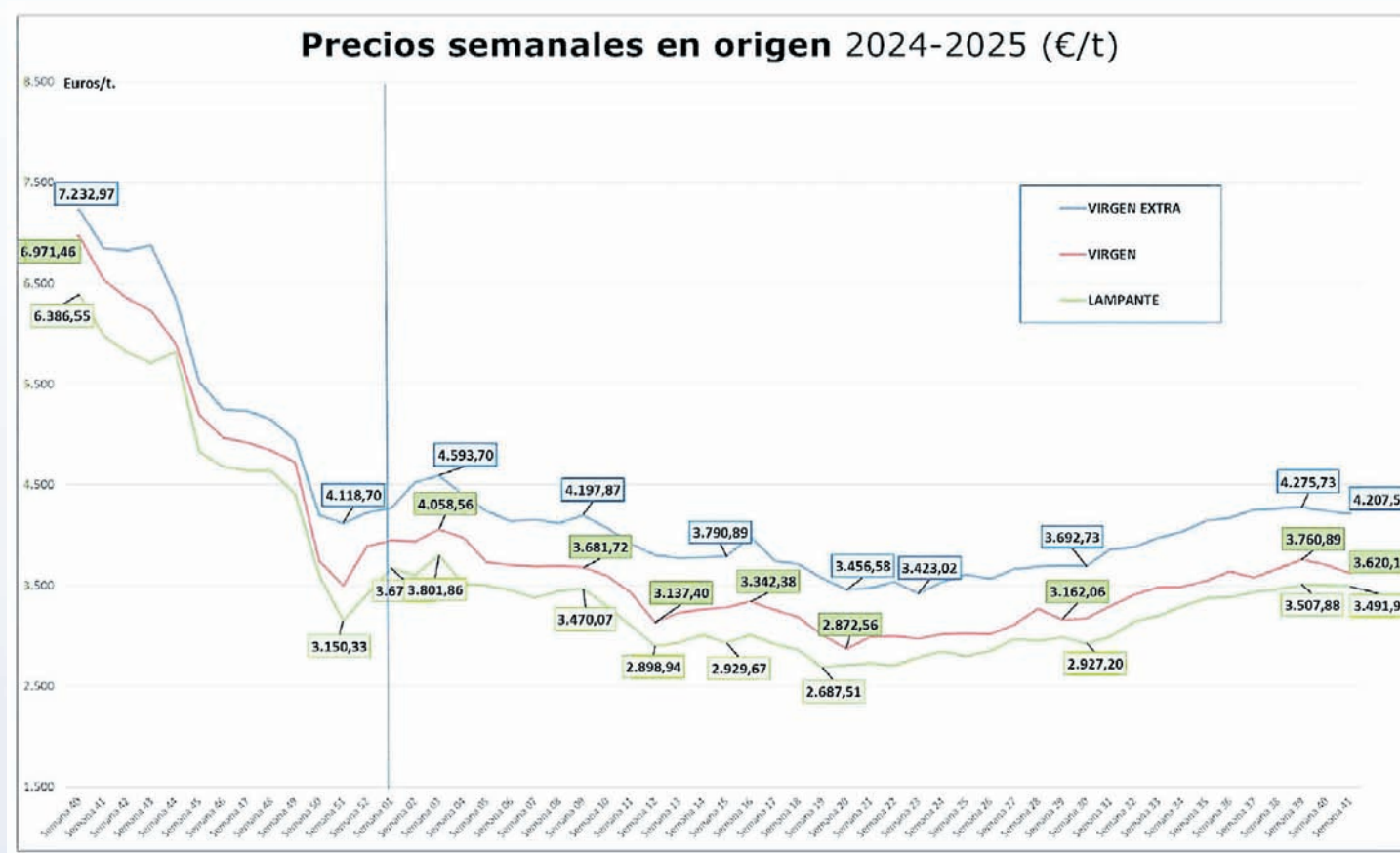
Iniciamos un nuevo año agronómico en el sector del olivar, dejando atrás una campaña 2024/2025, que se ha caracterizado por la estabilización del mercado, que se inició con unas existencias de enlace de 186.870 toneladas, las menores que se recuerdan.

Los datos a 30 de septiembre, que todavía no son definitivos porque han de ser cotejados, muestran una producción total en España de 1.419.127 t, de las que Aragón ha aportado 7.469 t. (Huesca 1.821, Teruel 1.728 y Zaragoza 3.919).

Las importaciones, que se han situado en la media normal de los últimos años, han ascendido a 210.323 t. En la misma tónica que las salidas de aceite, que han supuesto un total acumulado de 1.526.101 t (de las que 1.024.961 t se han destinado a la exportación y 501.140 t se han consumido en España). Se ha recuperado el mercado, tanto interior como exterior.

El precio en origen sufrió un descenso muy acentuado en los tres primeros meses de la campaña y con oscilaciones ha ido estabilizándose. En la gráfica que acompaña este texto se aprecia, por ejemplo, cómo el precio del aceite virgen extra ha pasado de cotizar a 7,23 €/kg en el inicio de la campaña a 4,20 €/kg al finalizar.

A fecha de 16 de octubre, los precios en origen según POOL-



red (índice de referencia), marcan 4,19 €/kg para la categoría de aceite Virgen Extra, 3,61 €/kg para el Virgen y 3,44 €/kg para el Lampante.

Las existencias finales, a 30 de septiembre, enlace hasta que el aceite de la nueva campaña 2025/2026 vaya entrando en el mercado, ascienden a 290.220 t. En un enlace considerado «normal» estaría en el entorno de las 400.000 t.

Se recordará este año agronómico que cerramos como aquel en el que se reconoció al aceite de oliva como un bien de prime-

ra necesidad: desde enero de 2025 el IVA que se le aplica es el del tipo normalizado del 4 %. Hasta la crisis provocada por la guerra de Ucrania, el IVA con el que se gravaba al aceite de oliva era del 10 %. Esta rebaja impulsa el consumo interior, haciendo más asequible nuestro producto y llegando a más consumidores.

También han sido importantes, y han influido en las salidas de aceite al comercio exterior, las constantes amenazas de imposición de aranceles por parte del gobierno de EE. UU. Para evi-

tar los gravámenes se anticiparon mucho las ventas y, tras muchos vaivenes de cifras, se fijó el actual arancel del 15 %. De seguro en el próximo año agronómico esta cuestión seguirá estando de actualidad.

Por su parte, el Ministerio de Agricultura ha hecho públicas las estimaciones de la nueva cosecha y el aforo de producción 2025/2026 asciende a 1.372.000 toneladas. Los primeros aceites ya se están elaborando. En los últimos años la recolección cada vez es más temprana y las almazaras se adaptan a las prefe-

rencias del consumidor, que demanda aceites más frutados.

En general, en España se espera una menor producción, sin embargo, en Aragón, al igual que en nuestras comunidades vecinas Cataluña y Valencia, se estima una mayor cosecha. Si bien, la climatología adversa en forma de pedrisco e inundaciones también tiene una importante afección.

Empezamos la recolección deseando que las estimaciones se cumplan e incluso se superen, lo comprobaremos en nuestras próximas publicaciones. ■



Las dos caras de la campaña del forraje

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA
DE FABRICANTES DE ALFALFA
DESHIDRATADA, AEFA

La campaña 2025/26 nos ha mostrado dos caras muy diferentes, si en el campo han sido todo dificultades y problemas, en el aspecto comercial el año está siendo positivo.

Las complicaciones en el campo se han hecho notar desde el inicio de la campaña. Los meses de abril y mayo fueron muy lluviosos por lo que el corte se alargó notablemente, las producciones fueron muy bajas y la calidad no fue la esperada.

Pasada la primavera y entrando en el verano, el sector esperaba que las producciones del tercer y cuarto corte fueran mejores, como suele ser habitual, pero lamentablemente esto no sucedió. Las olas de calor, seguidas de temperaturas más bajas de lo habitual en los meses de julio y agosto, hicieron que las producciones fuesen en torno a un 15 % por debajo de lo habitual. Además, la aparición de alguna plaga complicó todavía más la producción tanto en calidad como en cantidad.

En septiembre y octubre se ha podido producir algo más con respecto a la campaña pasada, si bien no va a ser suficiente para compensar la baja producción del resto de los meses. Desde la asociación teníamos unas previsiones de bajada de producción en torno a un 7 %, finalmente podría superar el 10-15 %, por lo que difícilmente la producción de forrajes deshidratados en España podrá superar el millón de toneladas.

Además de los problemas de producción, también ha sido un año muy complicado para transformar producto de la mejor calidad. La aparición de hierbas ha sido una constante durante todos los cortes, unido a la baja efectividad de los productos para el control de las mismas, ha deparado en muy pocas toneladas producidas de calidad extra (la más demandada en los mercados).

Desde el punto de vista comercial la situación ha sido bastante diferente.

La campaña comenzó con poca mercancía en los almacenes, lo cual suele ser un buen punto de par-



Se está notando bastante mejoría en la exportación especialmente a partir del mes de junio donde las salidas al mercado internacional han sido continuas

tida ya que rebaja notablemente la presión de las industrias. Además, el mercado mostraba indicios de cierta mejoría en la demanda tras dos años donde las ventas mundiales habían caído notablemente, no solo en la percepción de las empresas si no en los datos que así nos lo mostraban. Si en 2022 se comercializaban en el mundo más de nueve millones de balas, en los dos años siguiente esa cifra no llegó a las siete millones y medio.

Si para analizar la campaña tenemos que diferenciar campo de ventas, algo parecido hay que hacer para entender la situación comercial, hay que separar el mercado de los pellets del de las balas.

El mercado del granulado ha estado bastante pesado estos primeros seis meses de campaña, poca exportación y un mercado nacional lento. Como consecuencia de ello, los precios a los que se ha comercializado no han sido especialmente buenos, si bien se aprecia un pequeño cambio de tendencia en el último mes.

En lo que respecta al mercado

de las balas de alfalfa deshidratada, la situación es bastante diferente a la que vive el granulado. El mercado interior sigue viviendo un buen momento, impulsado por los buenos precios de la leche, por lo que la demanda es constante y los precios de venta se pueden considerar buenos, lo que hace que el sector desde el principio de campaña haya ido sacando producto de los almacenes, situación que ha quitado mucha presión a las industrias.

En cuanto a la exportación, se está notando bastante mejoría con relación a las dos últimas campañas, especialmente a partir del mes de junio donde las salidas al mercado internacional han sido continuas. Pese al mal momento de las exportaciones a China, debido a la crisis del sector lácteo en ese país, la exportación de forrajes a destinos como Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudí, Jordania, Marruecos o Corea del Sur ha sido constante durante los primeros meses de la campaña.

Por último, mencionar que el sector, a través de la asociación, AEFA, está trabajando junto al MAPA en la apertura del mercado indio, así como en un acuerdo con Corea del Sur para la aceptación de un tratamiento térmico para forrajes y paja. Con estas nuevas iniciativas esperamos ampliar el número de mercados y productos que pueda exportar el sector español de los forrajes deshidratados. ■



Cuenta Autónoma Agro



Indicador del riesgo de la Cuenta Autónoma

1 / 6

Este número es indicativo del riesgo del producto, siendo 1 / 6 indicativo de menor riesgo y 6 / 6 de mayor riesgo.

La entidad se encuentra adherido al Fondo de Garantía de Depósitos de Entidades de Crédito Español. La cantidad máxima garantizada actualmente por el mencionado Fondo es de 100.000 euros por depositante.

La cuenta online perfecta para tu gestión profesional y personal

0€ TIN 0% TAE 0%⁽¹⁾

Siempre que operes desde internet o por canales alternativos a la oficina.



Sin comisiones de emisión en tu tarjeta de Crédito Mastercard Professional



Sin comisiones por transferencias y traspagos online estándar en euros dentro del EEE



Y si eres uno de los 2.500 primeros en domiciliar tu recibo de autónomo, recibe una bonificación de hasta 500 €⁽²⁾

Banca a Distancia
www.gcc.es



cajamar
CAJA RURAL

(1) La comisión de mantenimiento de aplicación al contrato de depósito a la vista de referencia podrá resultar bonificada y ser de 0,00 euros en el periodo de liquidación de la comisión, que se trate, si se cumplen de forma conjunta y simultánea durante los 12 primeros meses, estas DOS condiciones: a) Que, durante el periodo de liquidación, los siguientes movimientos de efectivo de la cuenta: ingresos por caja/ventanilla, reintegros por caja/ventanilla, pago de recibos no comitizados, y pago de tributos, se realicen a través de los Canales Alternativos (Banca Electrónica, Banca Telefónica, app, Cajero o Gestor Remoto), y no a través de una sucursal. En el caso de que se realicen dichos movimientos de efectivo a través de sucursal en el periodo de liquidación, implicará la pérdida de la bonificación en el periodo de devengo donde se produzca el incumplimiento, y la comisión de mantenimiento aplicable en dicho periodo será la pactada en el contrato. b) Que la cuenta mantenga un saldo medio igual o superior a 1.000,00 EUR, en el mes natural anterior a la fecha de liquidación indicada en las condiciones particulares del contrato. A partir del mes 13, para que la comisión de mantenimiento resulte bonificada y sea de 0,00 euros en el periodo de liquidación de la comisión debe cumplir las condiciones a) y b) anteriores, además de c) Domiciliación ininterrumpida del recibo mensual de Cotización a la Seguridad Social de Autónomos del titular, en la propia cuenta o en otra cuenta abierta en la Entidad en la que el cliente también figure como titular.

(2) Válido para los 2.500 primeros clientes que domicilian por primera vez su recibo de autónomo en la Entidad y lo mantienen durante al menos 36 meses. Bonificación de 250 € para recibos de autónomos de importes entre 270 € y 349 €, bonificación de 350 € para importes entre 350 € y 449 € bonificación de 500 € para importes superiores a 450 €.

Mar Julián

COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS
DE ARAGÓN

La Red Zoosanitaria Cunicola de Aragón ha culminado su segundo año de funcionamiento como grupo de cooperación orientado a la sanidad y al bienestar animal. Su finalidad principal ha sido coordinar esfuerzos entre las Asociaciones de Defensa Sanitaria Ganadera (ADSG) y reforzar la bioseguridad en las explotaciones, contribuyendo a prevenir las enfermedades víricas que más afectan al conejo doméstico: la mixomatosis y la enfermedad vírica hemorrágica (RHD).

El proyecto, desarrollado durante 2025, ha reunido a seis ADSG cunicolas —Matarraña-Bajo Aragón Turolense, Mas de las Matas, Acuniosca, Fabara, Calatayud y San Just— junto con la citada federación de cooperativas agroalimentarias de Aragón. Su trabajo conjunto ha permitido diseñar herramientas comunes, estandarizar criterios técnicos y generar una base de datos compartida que facilita la vigilancia sanitaria en todo el territorio.

Un modelo de cooperación técnica

El enfoque del grupo ha sido crear una red de vigilancia y alerta sanitaria basada en la experiencia de los veterinarios de las ADSG. Este sistema permite una detección temprana de posibles brotes, la comunicación inmediata de los casos y la adopción de medidas preventivas coordinadas.

El valor añadido del proyecto radica en la cooperación entre profesionales, que ha hecho posible una mayor eficiencia en la gestión de patologías, la optimización de recursos y una notable mejora en la transferencia de conocimiento hacia los ganaderos.

Estrategia vacunal coordinada

La vacunación es la principal herramienta para evitar la propagación de enfermedades contagiosas. Por ello, se estableció una pauta vacunal básica común aplicada, como mínimo, en el 30 % de las explotaciones de cada ADSG.

La pauta acordada incluye vacunaciones en sábana cada cuatro a seis meses para conejas reproductoras y de reposición frente a mixomatosis, y una vacunación cada ocho a doce meses frente a RHD.

Evaluación del nivel de bioseguridad

Otro pilar del proyecto ha sido la implantación de herramientas comunes de evaluación, mediante encuestas de bioseguridad y epidemiológicas realizadas en 71 explotaciones de las provincias de Huesca, Zaragoza y Teruel.

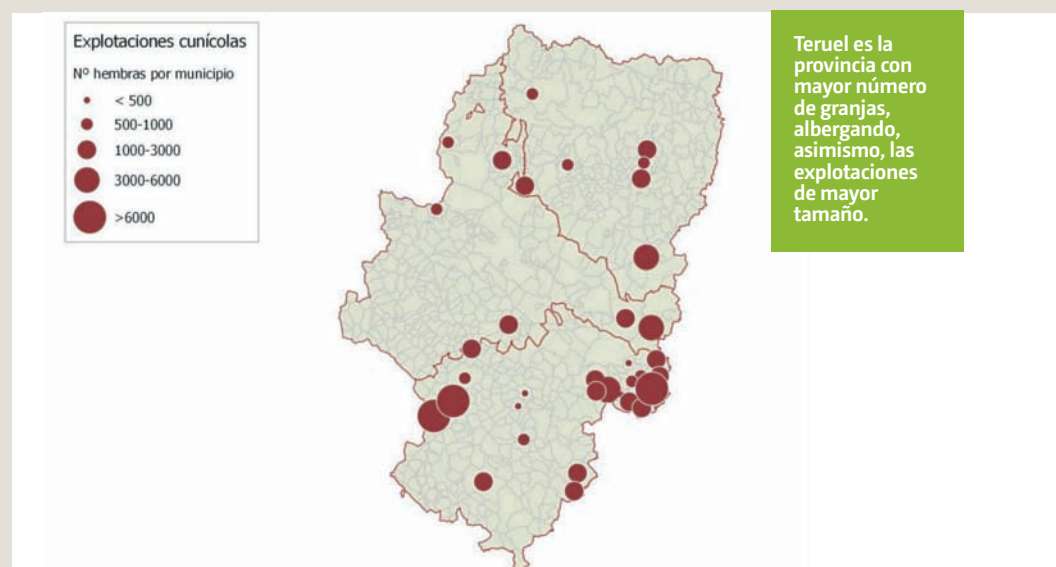
Estas encuestas han permitido clasificar las granjas según su nivel de bioseguridad exterior e interior y analizar la relación entre las medidas aplicadas y la aparición de brotes.

En promedio, las explotaciones

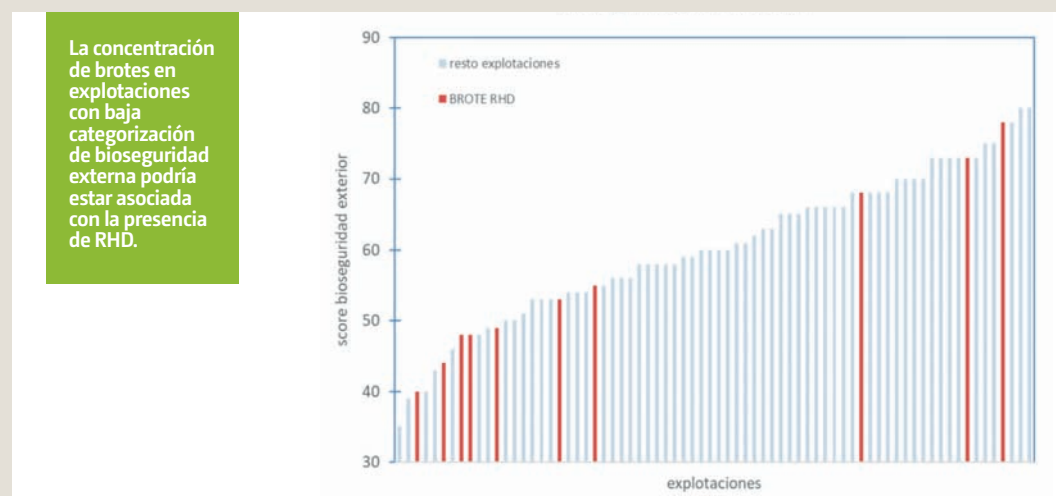
La Red Zoosanitaria Cunicola de Aragón refuerza la bioseguridad y la prevención sanitaria en las explotaciones

El trabajo coordinado de seis ADSG y Cooperativas Agroalimentarias de Aragón (FACA) consolida un modelo de cooperación eficaz para mejorar la sanidad y el bienestar animal en el sector cunícola.

MAPA DEL TAMAÑO DE LAS EXPLOTACIONES POR MUNICIPIO



RANKING BIOSEGURIDAD EXTERIOR



aragonesas alcanzaron un 89 % de bioseguridad exterior y un 74 % interior, valores que evidencian un alto nivel de compromiso con las buenas prácticas.

Las medidas más extendidas incluyen el vallado perimetral, el cambio de calzado y ropa antes de acceder a las naves, la limpieza y

desinfección periódica, la aplicación de programas de control de plagas y la desparasitación sistemática.

Resultados sanitarios

Los datos obtenidos confirman que las actuaciones del grupo han tenido un impacto positivo sobre la sa-

nidad cunícola.

En el caso de la mixomatosis, se registraron tres brotes en 2024 y otros tres en 2025, pero con una reducción significativa de la mortalidad: las pérdidas en cebo descendieron del 20 % al 10 % y las de maternidad del 90 % al 10 %.

Ninguna explotación repitió

brote en dos años consecutivos, lo que indica una mejora de la protección inmunitaria y del control de vectores.

En cuanto a la RHD, no se detectaron casos en 2024, mientras que en 2025 se notificaron diez brotes, concentrados en zonas con menor puntuación de bioseguridad exterior y abundancia de conejo silvestre.

Gracias al refuerzo de la vacunación y a la aplicación inmediata de medidas de control, la mayoría de los episodios se erradicaron en pocas semanas.

Análisis de la relación entre bioseguridad y brotes

El estudio de correlaciones ha mostrado que las explotaciones con menor bioseguridad interior presentan una mayor vulnerabilidad ante brotes víricos. Las diferencias de más de 10 puntos en las puntuaciones medias de limpieza, manejo e higiene refuerzan la importancia de mantener protocolos exigentes.

Asimismo, la intensificación de los programas vacunales tras los brotes ha demostrado su eficacia, consolidando la idea de que la prevención debe ser un proceso continuo y adaptado a las condiciones de cada explotación.

Un ejemplo de cooperación efectiva

A lo largo de 2025, los representantes del grupo celebraron diversas reuniones técnicas en las que se compartieron experiencias, se consensuaron metodologías y se analizaron los resultados obtenidos, un trabajo conjunto que ha generado información epidemiológica de gran valor, útil no solo para los miembros del grupo sino para el conjunto del sector cunícola aragonés.

Conclusiones

La experiencia de la Red Zoosanitaria Cunicola de Aragón evidencia que la prevención, la bioseguridad y la cooperación son los pilares sobre los que debe sustentarse la cunicultura moderna. El proyecto ha permitido mejorar el conocimiento epidemiológico, homogeneizar los criterios técnicos y promover una cultura de prevención activa que refuerza la competitividad del sector.

Aunque la incidencia de enfermedades en maternidad puede mantenerse bajo control mediante estas estrategias, el riesgo de aparición de brotes en los cebaderos sigue presente, lo que subraya la importancia de mantener protocolos de vigilancia continuos y planes de prevención dinámicos, adaptados al riesgo epidemiológico y a las condiciones específicas de cada explotación.

El compromiso de los profesionales participantes marca un punto de inflexión en la gestión sanitaria de las explotaciones aragonesas, consolidando un modelo de trabajo de cooperación que refuerza la sanidad, el bienestar animal y la sostenibilidad del sector cunícola. ■

Ovejas y cabras trabajadoras invisibles en la prevención de incendios

Enrique Fantova Puyalto

PRESIDENTE DE LA SECTORIAL DE OVINO Y
CAPRINO DE COOPERATIVAS
AGROALIMENTARIAS DE ARAGÓN

Media España este verano ha estado sufriendo el efecto dramático de los incendios. Cada vez con más frecuencia las condiciones meteorológicas extraordinarias de altas temperaturas, baja humedad y viento cambiante convierten en un infierno grandes extensiones de nuestro territorio.

Más de 400.000 hectáreas han sido arrasadas por el fuego (solo en 2 semanas de agosto el fuego abrasó más de 300.000 hectáreas en Castilla León, Galicia y Extremadura) lo equivalente a la Isla de Gran Canaria, a casi todo Guipúzcoa o al 10 % de la provincia de Huesca.

Mientras se combatían las llamas, surgió un debate intenso en los medios de comunicación convirtiendo al fuego en protagonista para periódicos, televisiones, radios, redes... desde el origen de estos incendios, los medios em-

pleados, su gestión y coordinación o el papel de las distintas administraciones. En la mayoría de los análisis, encontrar menciones a la ganadería extensiva fue difícil y, a menudo, infructuoso.

Esta claro que lo que ocurre es que hemos abandonado el medio rural; y en este abandono la acumulación de la biomasa en medio de los efectos añadidos del cambio climático se prodiga sin límite e incrementa los riesgos de incendios hasta el infinito.

Ante estos sucesos la sociedad se mueve buscando soluciones; en agosto el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) anunció la activación de su Grupo de Asesoramiento de Desastres y Emergencias (GADE), un equipo multidisciplinar de expertos destinado a prestar apoyo científico-técnico en las áreas arrasadas. Recientemente, el Ministerio para la Transición Ecológica (MITECO) ha realizado la primera jornada de la Convención por un Pacto de Estado frente a la Emergencia Climática en Ponferrada (León); por otra parte sindicatos agrarios, cooperativas, asociaciones de ganaderos, universi-

dad, centros científicos agroforestales, fundaciones... están avisando de esta situación desde hace tiempo y de la necesidad de defender el papel de la ganadería extensiva en las labores de prevención.

Nuestras cooperativas agrícolas y ganaderas son las que están en el territorio. Las que están más cerca de esa maleza que hay que limpiar, de esos cinturones de seguridad que necesitan los pueblos, de esos campos y pastos abandonados en los cuales de una forma planificada se podrían recuperar en muchos

de ellos los usos que nos salvan de esta tragedia que es el fuego. Las administraciones

Las administraciones tienen que contar con nosotros y nosotros, una vez más, ponernos al frente de lo que se pueda hacer y buscar formulas de contraprestación

nes tienen que contar con nosotros y nosotros una vez más ponernos al frente de lo que se pueda hacer y buscar formulas de contraprestación

para nuestros ganaderos y agricultores por esta labor tan importante para todos. Hasta ahora nuestras demandas han sido invisibles como nuestras ovejas, vacas y cabras. No podemos esperar más a que se nos vea como solución. En esto tampoco.



En las
COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS
trabajamos



naturalmente unidos
P O R A R A G Ó N

Las 50.000 familias que formamos parte de las cooperativas agroalimentarias de Aragón unimos nuestras fuerzas, día a día, para ofrecerte lo mejor de nuestra tierra.

Juntos, todo es posible.

www.aragon.coop



Imágenes de materiales promocionales de la marca Producto Cooperativo en superficies comerciales de distintos puntos de España.



COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS
DE ARAGÓN

Comienza la campaña de difusión de la marca Producto Cooperativo

El pasado día 22 de octubre ha comenzado la campaña de difusión de la marca 'Producto Cooperativo'. En esta primera etapa se ha apostado especialmente por acercar el nuevo sello al consumidor mediante la presencia en superficies comerciales. Así, en supermercados e hipermercados de todo el país se puede ya encontrar información y gráficas en distintos soportes para dar a conocer este sello a los ciudadanos. Al comprar 'Producto Cooperativo' el consumidor sabrá que adquiere alimentos elaborados por empresas de la denominada «economía social», garantizando calidad, cercanía, sostenibilidad y protección de los agricultores y ganaderos.

Vinos, aceite de oliva, frutas y hortalizas frescas, conservas vegetales, frutos secos, leche, quesos, miel, azúcar, carne y embutidos... son algunos de los productos ya adheridos a esta marca colectiva.

Además de la presencia en supermercados, también se podrá encontrar información en publicaciones especializadas, en me-

dios digitales, en plataformas y en redes sociales.

Son ya más de una treintena las entidades españolas que forman parte de esta iniciativa y en las que ya se puede encontrar el sello, entre ellas las aragonesas Grupo Arcoiris (Soincar), Grandes Vinos, Cooperativa de Magallón y COSANSE.

¿Por qué elegir productos cooperativos? Varias razones que conectan a los consumidores con lo que realmente importa:

1. Origen con rostro humano. Cada producto cooperativo nace del trabajo comprometido de familias agricultoras y ganaderas que forman parte activa de sus empresas. Al comprarlo, el consumidor apoya directamente a personas reales, con nombres y

apellidos, que viven y trabajan en nuestros pueblos repartidos por toda España. Productos de proximidad y directos del campo.



2. Triple sostenibilidad: económica, social y medioambiental. Las cooperativas no se deslocalizan. Generan empleo estable en zonas rurales, ofrecen servicios esenciales y reinvierten sus beneficios en el territorio. Además, producen bajo estrictos estándares europeos que garantizan el respeto al medio ambiente y al bienestar animal. Son alimentos responsables y de aquí.

3. Sabor auténtico y natural. El eslogan de la marca, 'Sabor auténtico del campo', no es solo una frase: es una promesa. Los productos cooperativos se recogen en el mejor momento, lo que se traduce en alimentos frescos, naturales y con el mejor

sabor. Buenos para ti, y buenos para el Planeta.

4. Transparencia y confianza. Producto Cooperativo exige a sus miembros cumplir con una serie de exigentes normas que incluyen, entre otras, responsabilidad social, igualdad, buenas prácticas comerciales y respeto medioambiental. Esto garantiza un modelo de producción ético, responsable y más justo.

5. Una forma diferente de hacer empresa. El valor generado por las cooperativas retorna a sus socios, a sus familias y a sus pueblos. Es una economía circular que fortalece el tejido social y económico de nuestro país. Por tanto, Producto Cooperativo se reivindica como una poderosa arma para luchar contra el avance de la «España Vacía».

En Aragón, el «Grupo Operativo para la Mejora de la Diferenciación y Competitividad de los Productos de las Cooperativas» (GOP2024001900) que cuenta con el apoyo del FEADER y del Gobierno de Aragón, trabaja para facilitar e incentivar que las cooperativas aragonesas puedan formar parte de esta enseña. ■

Comunidad General de Regantes del Canal de Bardenas

www.cgbardenas.com
976 662 311

Agua que da vida, canal que une pueblos

La Comunidad General de Regantes del Canal de Bardenas trabaja cada día para garantizar el agua que riega nuestros campos, alimenta a nuestras familias y proyecta nuestro futuro.

Unimos esfuerzos:

- 23 comunidades de base (8 de Navarra y 15 de Aragón)

Llevamos agua a:

- Más de 60 municipios entre Navarra y Aragón
- A la ciudad de Zaragoza y 46 municipios de su entorno
- Beneficiando a cerca de 1 millón de personas
- Produciendo alimento con sus 92.000 hectáreas de riego
- Unidos por la sostenibilidad, el campo y la vida rural

El evento será los próximos días 13 y 14 de mayo de 2026 en una finca agrícola ubicada en Albero Bajo junto a la carretera de Grañén a Huesca, y contará en su equipo de organización con la SAT Secadero de Cereales Santiago de Grañén. El objetivo de la jornada es mejorar los buenos registros de

asistencia y ofrecer nuevas mejoras en la organización y el acercamiento de innovación al sector de los cultivos extensivos. Para ello la jornada contará con novedades, ampliando la duración del evento a dos días e incorporando un mayor número de empresas expositoras.

La V edición de la jornada Cultiva llevará el apellido Monegros norte

Jesús Abadías

COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS
DE ARAGÓN

En sus cuatro primeras ediciones, Cultiva ha logrado reunir a una media superior al millar de profesionales dedicados al sector de los extensivos. La última jornada, celebrada en Alcañiz (Bajo Aragón), convocó a un total de 43 empresas expositoras: 12 de mejora vegetal, 12 de fertilizantes, 8 de maquinaria agrícola, 6 de sanidad vegetal y 5 de riegos, proyectos o servicios técnicos. El evento se ha consolidado como un punto de encuentro esencial para entender el conocimiento que se está aplicando en los cultivos extensivos.

Cultiva 2026 tendrá lugar en una finca en el municipio de Albero Bajo, situado en el centro de una de las zonas de mayor producción agraria y agroalimentaria del valle del Ebro. En este punto estratégico situado en la zona norte de Monegros se celebrará la V edición de la Jornada Cultiva, manteniendo la exitosa fórmula de los últimos años, pero con una importante novedad: por primera

vez, la finca expositiva se va a abrir al público durante dos días consecutivos (13 y 14 de mayo). Esta ampliación va a permitir fortalecer el evento, sumar más público y aumentar el impacto comercial de la Jornada Cultiva, en una clara apuesta por la consolidación y el crecimiento.

El encuentro, organizado por Cooperativas Agroalimentarias de Aragón, Red ARAX, Secadero de Cereales Santiago de Grañén y el Gobierno de Aragón; y en el que colaboran instituciones como el Ayuntamiento de Albero Bajo y el Ayuntamiento de Grañén, ya cuenta con más de 40 empresas inscritas del sector, las hay de semillas, fitosanitarios, fertilizantes y de agricultura-maquinaria de precisión. Al igual que en las últimas ediciones, junto a los ensayos oficiales de Red ARAX y Genvce, las empresas participantes podrán mostrar sus trabajos de mejora, sanidad y nutrición vegetal en las vitrinas de cultivos ubicadas junto a las jaimas expositivas.

Además, se volverá a habilitar un espacio para la maquinaria agrícola con terreno para realizar demostraciones en vivo.

Como novedad, el evento con-



tará con unas jornadas técnicas durante la tarde del primer día (13 de mayo) en un espacio de carpas habilitadas para ello, y continuará al final de la tarde con una propuesta de ocio y networking abierta a todo el público y empresas participantes. ■

■ Un grupo numeroso de empresas ya se han inscrito y han elegido paquetes de patrocinio para apoyar la proyección de una jornada que pretende, otro año más, batir los récords de asistencia. Para nuevas empresas, la inscripción está abierta. Más información en www.jornadacultiva.com

Red ARAX presenta los resultados de la campaña de cereal de invierno

COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS
DE ARAGÓN

El pasado 2 de octubre se presentó en las oficinas de Cooperativas Agroalimentarias Aragón los resultados del «Dosier Técnico de Cultivos Herbáceos de Invierno» de la Red Aragonesa de Cultivos Extensivos y Leguminosas (Red ARAX) de la campaña 2024/2025. En el mismo se detallan los resultados de los 136 ensayos con más de 7.000 parcelas de trabajo que se distribuyen en las catorce plataformas agrícolas que cubren prácticamente todas las áreas agroclimáticas con las que cuenta Aragón.

Dichos trabajos están orientados a testar los últimos avances en

materia de nutrición y sanidad vegetal, manejos sostenibles y adaptación de variedades de cultivos tradicionales y nuevos cultivos bajo un sistema objetivo profesionalizado y, a la vez, a transferir el conocimiento generado a través de los distintos canales de comunicación con los que cuenta la red.

El mismo dossier incluye también un resumen de la última campaña de cereal, que refleja la línea de producción mostrada en los ensayos de campo distribuidos por nuestra geografía y que ha mostrado una recuperación del potencial del cereal de invierno, con datos de rendimientos excepcionales. Ha sido una campaña marcada por las elevadas producciones de todos los ensayos y en la

que, en muchos casos, apenas ha habido diferencias entre secano y regadío.

A nivel general en Aragón, y tras dos campañas marcadas por la sequía y un desarrollo desigual, en nuestra región se ha cosechado este año una superficie de 780.403 hectáreas con una producción total de 3.133.343 toneladas. Es decir, un 60,8 % más que el último año. No son datos comparables con la campaña anterior por la escasez de precipitaciones que la marcó, pero hay que subrayar que los resultados actuales son los mejores de las últimas cinco.

Las tres provincias aragonesas han registrado un aumento de producción significativo respecto a los últimos años. En Huesca se



De izquierda a derecha, Luis Gazol, Jesús Abadías y Miguel Gutiérrez durante la rueda de prensa que tuvo lugar en la sede de Cooperativas Agroalimentarias de Aragón.

han alcanzado las 1.439.088 toneladas y en Zaragoza las 1.188.105. Sin embargo, Teruel es el territorio donde el incremento ha sido más destacado debido a que, en los últimos años, muchos campos

se quedaron sin cosechar debido a la sequía. Aquí la producción ha alcanzado las 506.150 toneladas, mientras que en los dos años anteriores no se llegó a alcanzar la cifra de 150.000. ■



EN EL CAMPO

LOS IMPREVISTOS NO TIENEN SEÑALES

Sequía, pedrisco, helada, enfermedades y accidentes.

Hoy, lo único seguro es un seguro. ¡ASEGÚRATE!

PLAN DE SEGUROS AGRARIOS 2025

Campaña financiada por la Entidad Estatal de Seguros Agrarios O.A. (ENESA). Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Jesús Abadías

COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS
DE ARAGÓN

Es necesario defender un producto que te garantice una adecuada calidad. La nascencia, si las condiciones de desarrollo son las adecuadas, marca prácticamente la cosecha final, y si tenemos una nascencia correcta y una buena implantación porque tenemos una buena semilla es mucho más probable que obtengamos una buena producción.

Desde el año 2023, Cooperativas Agroalimentarias de Aragón y Red ARAX trabajan de la mano de Grano Sostenible para mejorar la transferencia de conocimiento en la adaptación de nuevas variedades vegetales a las condiciones edafoclimáticas de nuestra comunidad; y también en la normativa vigente sobre el reemplazo del grano para la siembra, con el fin de fomentar el uso de semilla certificada. Este año 2025 se ha prolongado esta labor a través de los distintos trabajos de campo y de la promoción de la campaña de Grano Sostenible.

Los propósitos de la Red Aragonesa de Cultivos Extensivos y Leguminosas (Red ARAX) casan en su totalidad con el fomento del uso de una semilla de calidad. Esta red de experimentación tiene como fundamento ser un laboratorio en campo, de carácter objetivo, dónde se compara la adaptación agronómica de las mejoras vegetales que ofrecen al sector las empresas semillistas y, a la vez, es la red de comunicación de resultados en el ámbito de cultivos extensivos de mayor impacto a nivel nacional, proporcionando los resultados de los trabajos de campo a todo el sector justo después de la cosecha.

Cosecha de cereal de invierno

Según los datos de cosecha presentados por Cooperativas Agroalimentarias de España, en esta campaña se espera una producción de cereal de invierno y maíz, de casi 25 millones de toneladas (25,86 Mt), un 17,9 % superior a la campaña anterior y un 26,7 % superior a la media de los últimos cinco años. Buenos resultados que



Selección de la semilla adecuada para el inicio de campaña

Optar por un tipo u otro de semilla de cereal de invierno puede condicionar la campaña. Parece una simple decisión, pero de ella depende la producción, homogeneidad del grano o el control de malas hierbas. La fórmula para conseguirlo es sencilla: apostar por la semilla certificada.

se consiguen, además de por el clima, por el buen manejo de los cultivos y el adecuado uso de semilla certificada.

El rendimiento medio de los cereales de invierno y maíz en España ha sido de 4,57 toneladas por hectárea. Una cifra un 31 % superior a la media del último quinquenio.

Los datos en Aragón también son significativos. En esta campaña se han cosechado 3.133.343 toneladas de cereales de invierno, lo que provoca un aumento del 39,3 % respecto a la media de los últimos cinco años, y estableciendo rendimientos medios de éstos por encima de las cuatro toneladas por hectárea.

Semilla certificada

Es el fruto de la investigación en la mejora genética y de la innovación tecnológica. Gracias a la semilla certificada, el agricultor tiene los medios suficientes para realizar una agricultura de calidad, sostenible y económicamente eficiente. La producción y comercio de esta semilla es una actividad

muy regulada y sujeta a autorización y control administrativo ya que constituye el origen de toda la cadena de valor agroalimentaria.

La producción de semilla certificada solo puede llevarse a cabo por aquellas personas y entidades autorizadas y el comercio de las mismas fuera del sistema de certificación es considerado ilegal. Además, no está permitida la comercialización de granos entre agricultores u operadores para su acondicionamiento y posterior venta como semilla. Por tanto, los agricultores solo pueden abastecerse legalmente de semilla por dos vías:

- Semilla certificada en el mercado.
- Reemplazo de granos para siembra producidos por sí mismos.

Hay que tener en cuenta que para que una variedad se pueda comercializar debe estar inscrita obligatoriamente en el Catálogo Nacional de Variedades Comerciales, o bien en el Catálogo Comunitario. Para ello deben realizarse previamente ensayos de identificación (DUS) y de valor agronómico (VCU) en la mayoría de las especies. Estos requisitos afectan tanto a las variedades protegidas como a las variedades libres.

Si existe una palabra clave con la que pueda asociarse la semilla certificada, esta es «garantía». Garantía en lo que se refiere a su origen, trazabilidad, homogeneidad, pureza específica, pureza varietal, germinación, ausencia de otras semillas no deseadas en la siembra, sanidad o humedad... Estas garantías ofrecen al productor algo muy valioso: seguridad.

La semilla certificada supone una serie de ventajas importantes para los agricultores, como el uso de menores dosis de siembra debido a la garantía de germinación, el menor tiempo en la preparación de la semilla o el aumento del rendimiento, ya que se asegura una buena implantación del cultivo y la reducción de malas hierbas. Y lo más importante, la semilla certificada es la única que tiene garantizada su calidad por medio de los controles oficiales que realizan las autoridades competentes, lo que permite asegurar su trazabilidad y pureza varietal. ■

El cultivo de la soja se acerca al productor

COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS
DE ARAGÓN

El pasado 15 de octubre más de sesenta personas se reunieron en la finca experimental de soja que la Sociedad Cooperativa Limitada Agrícola de Barbastro – SCLAB tiene junto al municipio de Selgua en colaboración con un agricultor para trabajar con este cultivo.

En la jornada, el equipo técni-

co de Red ARAX, en este caso Miguel Gutiérrez del Gobierno de Aragón, Andrés Jiménez de SCLAB y Luis Gazol y Jesús Abadías de Cooperativas Agroalimentarias de Aragón, explicaron los objetivos del trabajo desarrollado por el proyecto de cooperación Soja 4.0, dentro del cual se enmarcó la jornada.

Durante la misma, también se explicó cuál ha sido la trayectoria que ha tenido este «nuevo culti-



vo» en nuestra Comunidad, hasta alcanzar las casi 800 hectáreas en esta campaña 2025, la mayor superficie dedicada históricamente a la soja en Aragón, así como las posibilidades que nos puede ofrecer en los regadíos aragoneses.

Por último, se visitaron los ensayos estadísticos de carácter científico, así como las bandas demostrativas de soja cultivadas en la parcela, donde los asistentes pudieron conocer los avances en materia de variedades y sus ciclos, así como los manejos de siembra, inoculación, sanidad y nutrición vegetal o incluso nuevas oportunidades de mercado que se están abriendo y que lo están haciendo atractivo para el agricultor. ■

Actividades de implantación y formación realizadas en materia de CUE digital (C3-SIGCEX)

Blanca Ramia

COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS DE ARAGÓN

Para dar solución a la entrada en vigor del Real Decreto 1054/2022, que regula el Sistema de información de Explotaciones Agrícolas y Ganaderas y de la producción agraria, así como el Registro autonómico de explotaciones agrícolas y el cuaderno digital de explotación agrícola con entrada en vigor el 1 de enero de 2026, desde Cooperativas Agroalimentarias de Aragón se ha apostado por el proyecto C3-SIGCEX, donde C3 ofrece un cuaderno de explotación digital que cumple con los requisitos demandados por la Administración, y SIGCEX-ArcGIS se conforma como una «cooperativa de datos» en la que se van a integrar CUE (C3), REA, ROPO, ROMA y cuadros de mandos geoespaciales.

Está siendo un camino largo de implantaciones, que comenzó en junio de 2024 y se extende-

rá hasta mayo de 2026, en el que se va a dar servicio a 27 cooperativas socias de la federación.

La formación que se da durante las implantaciones de C3 va únicamente dirigida a formar al personal de las cooperativas (departamentos técnicos, gerencia y administración), con el objetivo de explicar el uso del aplicativo y dejar ciertos parámetros configurados. Con esto se pretende dejar la aplicación con los datos de los socios precargados a través de la descarga de los datos del REA, información de maquinaria, aplicadores... Una vez realizada la implantación de C3 en cada una de las cooperativas, se hace una implantación de SIGCEX-ArcGIS online en la que también se queda configurado el aplicativo para el uso de la cooperativa con los datos precargados en C3. Además, SIGCEX-ArcGIS tiene acceso a datos meteorológicos, predicciones, carga de capas más representativas para cada cooperativa...

Una vez realizadas las implantaciones se van a realizar cursos de formación a los técni-



Imagen de la formación realizada en Tauste.



Imagen de la formación realizada en Sádaba.

cos de las cooperativas para enseñar, con mayor detalle, el uso de los aplicativos con el fin de que tengan todos los conocimientos para poder dar el servicio de asesoramiento a sus socios. Son dos cursos de C3 y otros dos cursos de SIGCEX-ArcGIS en línea de tres días con un total de doce horas cada uno.

Además, desde la federación, se están impartiendo ocho cursos de formación durante estos meses de septiembre y octubre a las cooperativas que así lo han solicitado para dar a conocer la normativa vigente sobre el Cuaderno de Explotación Digital y el uso del aplicativo C3 a sus socios.

La finalidad de estas formaciones es informar al socio de la nueva normativa, que hay que recordar que será de obligado cumplimiento a partir del 1 de enero de 2026, que conozca el proyecto del cual su cooperativa es partícipe y que le permite acceder a la aplicación de forma completamente gratuita. Asimismo, enseñar el uso de la aplicación tanto en su versión web como aplicación móvil para facilitar al agricultor la cumplimentación conforme haga los tratamientos en campo.

Se espera que el primer año de uso del CUE digital favorezca la creación de hábitos y el rodaje necesario tanto para la Administración como para los propios usuarios, ya que entendemos que las aplicaciones estarán en continua evolución o según se vayan viendo las necesidades que se han de cubrir, a la vez que los agricultores y técnicos se van familiarizando con ellas a través de la introducción de los datos en la aplicación. ■

Blanca Ramia

COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS DE ARAGÓN

A principios de octubre la Comisión Europea comunicaba que se había realizado una votación sobre la aprobación de una posible modificación del Reglamento 2023/564 por la cual los Estados Miembros tendrían la posibilidad de posponer hasta el 1 de enero de 2027 la obligación de transferir los datos de tratamientos fitosanitarios a un formato electrónico.

Como bien es sabido, en España esta-

ba previsto que se implementase a través del cuaderno de explotación digital CUE el 1 de enero de 2026, según quedaba reglado por los Reales Decretos RD 1311/2012, artículo 16 y RD SIEX 1054/2022.

El resultado de la citada votación fue favorable a adoptar esta modificación y, por tanto, a dar la posibilidad a los

Estados Miembros de posponer esta entrada en vigor del Cuaderno de Explotación en formato electrónico hasta el 1 de enero de 2027.

Actualmente estamos pendientes de la decisión que se adopte a nivel nacional, que previsiblemente será acceder a flexibilizar nuevamente la fecha de comienzo, teniendo que hacer las modifi-

caciones pertinentes en la normativa que hasta el momento lo regula.

Desde Cooperativas Agroalimentarias de Aragón se anima a todas las cooperativas y sus socios a que, a expensas de la aprobación a nivel nacional del aplazamiento del CUE para el 1 de septiembre de 2027, no lo dejen olvidado.

Este aplazamiento hay que recibirlo como una oportunidad para, a lo largo del año 2026 ir familiarizándonos con la aplicación y comenzar el periodo obligatorio teniendo una base y un hábito en la introducción de las aplicaciones fitosanitarias. ■

EL CUADERNO DIGITAL SE APLAZA



PREMIO ZEPYME 2025
INICIATIVA EMPRESARIAL

RSA 2025

SOLVER El éxito de la próxima campaña Gama Micro empieza ahora.

- Restituyen los nutrientes consumidos en las últimas etapas.
- Garantizan el mejor arranque de la próxima campaña.
- Fortalecen a la planta durante la dormancia.



ADIEGO con el Campo

Químicamente perfectos
www.adiego.com

DESDE 1964

ADIEGO AGRICULTURA

ADIEGO PRODUCTOS QUÍMICOS
ADIEGO TRATAMIENTO DEL AGUA
ADIEGO MEDIO AMBIENTE
ADIEGO AGRICULTURA

FITA

FITA FUNDACIÓN DE INNOVACIÓN Y
TRANSFERENCIA AGROALIMENTARIA
DE ARAGÓN

FITA

El uso indebido de Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) e Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) en España representa un desafío significativo para la integridad del sistema agroalimentario. Este tipo de fraude no solo afecta la reputación de los productos certificados, sino que también tiene implicaciones económicas y sociales para los productores y la confianza de los consumidores.

España, siendo uno de los países europeos con mayor número de productos protegidos, enfrenta pérdidas económicas considerables debido a falsificaciones y etiquetados fraudulentos. Aunque es difícil cuantificar el nivel de fraude al no existir un seguimiento sistemático y periódico, datos recientes muestran que el fraude alimentario en Europa genera pérdidas de entre 30.000 y 40.000 millones de euros anuales, y España lidera en casos relacionados según los datos de EIT Food. Entre los productos más afectados se encuentran el vino, el aceite de oliva y el jamón, donde prácticas como la falsificación de etiquetas o la adulteración de productos son comunes.

El informe «La protección de las Indicaciones Geográficas en Internet» subraya que Internet se ha convertido en un vector principal para el desarrollo económico de los productos con Indicación Geográfica (IGP) y Denominación de Origen Protegida (DOP), facilitando la conexión y exposición de estos productos de calidad. Sin embargo, también se ha convertido en un canal significativo para la venta de falsificaciones, lo que representa un reto importante para la protección de las IGP y las DOP. Además, los consumidores compran cada vez más en línea y abandonan el comercio físico, lo que convierte a Internet en un mercado central. En este sentido, casi 9 de cada 10 franceses (BERTEAU, 2021) y 7 de cada 10 españoles (IAB Spain, 2020) encargaron un producto en Internet en 2020.

Las propias DOP e IGP aragonesas han detectado el incremento de casos de venta fraudulenta en internet, como muestran los casos denunciados por las mismas pero cada vez más difíciles de detectar por el dinamismo del medio electrónico. La DOP Jamón de Teruel, en unos análisis realizados en la campaña de navidad, detectó 8 posibles casos de fraude, incluyendo casos en famosas plataformas de venta online. Y estos son solo los detectados mientras se realizó

VERIDO, un centinela digital para luchar contra el fraude en internet de las DO e IGP



ese análisis ya que otros podrían haber escapado al muestreo que se condujo de manera manual.

Para enfrentarse a este reto la comunidad agroalimentaria de calidad diferenciada aragonesa ha dado un paso decisivo en la

protección de sus productos con la puesta en marcha de VERIDO, un innovador proyecto que combina tradición y tecnología para blindar la autenticidad del Jamón de Teruel, Paleta de Teruel y Cerdo de Teruel, el Ternasco de Aragón y

el Melocotón de Calanda frente a los riesgos del fraude digital.

VERIDO propone una solución innovadora: un sistema basado en inteligencia artificial capaz de monitorizar internet en tiempo real para identificar usos indebi-

dos de marcas de calidad diferenciada. El sistema utilizará procesamiento de lenguaje natural, visión artificial y técnicas avanzadas de *machine learning* para detectar posibles fraudes tanto en textos como en imágenes.

Entre las características que desarrollará se encuentra un sistema de alertas tempranas y calificación del riesgo: Cuando el sistema detecte posibles irregularidades, generará alertas automáticas para los organismos de control. La implementación de un sistema de calificación del riesgo clasificará estas irregularidades según su gravedad, permitiendo a los Consejos Reguladores priorizar sus acciones y optimizar sus recursos, actuando con rapidez y precisión.

«Estamos ante un cambio de paradigma. Hasta ahora la vigilancia del fraude digital se realizaba de forma manual y reactiva, con mucho esfuerzo y recursos. VERIDO nos permitirá ser proactivos, anticiparnos y actuar con mayor eficacia», explicó Patricio Pérez, Secretario Del Consejo Regulador de la IGP Ternasco de Aragón.

Los beneficios del proyecto son múltiples: reducción de horas de trabajo manual de supervisión, mayor protección de la reputación de los productos, refuerzo de la confianza de los consumidores y, en última instancia, un impulso económico y social para agricultores, ganaderos y elaboradores aragoneses.

El proyecto está coordinado por la Fundación de Innovación y Transferencia Agroalimentaria del Gobierno de Aragón (FITA) y cuenta con la participación de los Consejos Reguladores de los productos beneficiarios (Consejo Regulador de la IGP Ternasco de Aragón, Consejo Regulador de la DOP Jamón de Teruel / Paleta de Teruel y de la IGP Cerdo de Teruel, Consejo Regulador de la DOP Melocotón de Calanda), así como con la colaboración de Origen Aragón y la DOP Aceite del Bajo Aragón.

La iniciativa, además, tiene un claro carácter replicable, ya que en el futuro podrá extenderse a otras DOP e IGP de Aragón y de España.

Con VERIDO, Aragón reafirma su liderazgo en la innovación agroalimentaria y se posiciona como referente en la defensa de la autenticidad y la calidad en la era digital. ■

VERIDO - VALIDACIÓN REPUTACIONAL AUTOMÁTICA A TRAVÉS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA GARANTIZAR LA AUTENTICIDAD EN LA COMERCIALIZACIÓN ONLINE DE PRODUCTOS DE CALIDAD DIFERENCIADA fue aprobado en la convocatoria 2025 de los Grupos Operativos de la Asociación Europea para la Innovación (AEI), en el marco del Plan Estratégico Nacional de la PAC2023-2027, para Aragón. Cofinanciado 80% por Unión Europea y 20% Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación.

Modificación de la normativa para la nutrición sostenible

Ana Garín

COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS
DE ARAGÓN

Hace unos días se ha publicado en el BOE una modificación del Real Decreto 1051/2022 por el que se establecen normas para la nutrición sostenible en los suelos agrarios.

Respecto a la obligación que tiene el titular de la explotación agrícola de registrar cada una de las operaciones que realice encaminadas a aportar nutrientes o materia orgánica al suelo agrario en una nueva sección de «Fertilización» del cuaderno de explotación, según Real Decreto 1311/2012 de Uso sostenible de productos fitosanitarios, se añade una excepción a esta obligación en las explotaciones que cumplan algunas de las siguientes condiciones:

- que sobre el total de su superficie de cultivos permanentes y tierras de cultivo, excluidos los pastos temporales, cuenten con una superficie menor o igual a 5 hectáreas, siempre y cuando tengan una superficie de regadío menor o igual a 1 hectárea; estas explota-

ciones exceptuadas han de contar con superficies destinadas a pastos, tanto temporales como permanentes, en los que se apliquen fertilizantes, o a invernaderos con superficie total bajo cubierta superior a 0,1 ha, las cuales deberán anotar exclusivamente en el cuaderno de explotación la información relativa a dichas superficies.

- que dispongan únicamente de superficie de pastos, tanto temporales como permanentes, y no apliquen fertilizantes en dichas superficies.

La elaboración y aplicación de un plan de abonado en cada unidad de producción integrante de la explotación pasa a ser obligatoria a partir del 1 de septiembre de 2026.

Para las unidades de producción en regadío en las que el cultivo se siembre o se plante entre el 1 de marzo y el 30 de junio de 2026 esta obligación será efectiva a partir del 1 de enero de 2026.

Se exceptúa de la obligación de tener un plan de abonado a las siguientes unidades de producción:

- a. Las destinadas únicamente a pastos que no se fertilicen. No se consideran fertilización las deyecciones ganaderas depositadas du-

rante el pastoreo.

- b. Las que no superen las 10 hectáreas de superficie si son de secano o bien están dedicadas únicamente a pastos o cultivos forrajeros para autoconsumo.

En el cuaderno de explotación se elimina, en la nueva redacción, la obligación de que sea digital.

La información y la documentación que se especifica en el apartado anterior será en papel o en digital, de acuerdo con lo previsto en el Real Decreto 1054/2022 (Cuaderno Digital de Explotación Agrícola), que se espera sea modificado de nuevo.

Antes de la modificación, la norma obligaba a que, cuando se inicia un plan de abonado en las unidades de producción situadas en zonas vulnerables, al mismo tiempo había de comenzarse el asesoramiento técnico en materia de fertilización. Ahora, sin embargo, el plan de abonado se podrá iniciar un año antes de la obligación del citado asesoramiento técnico.

Para las zonas no vulnerables, para cumplir con la obligación relacionada con el asesoramiento técnico se dispondrá de hasta dos años, en lugar de uno, como venía fijando la norma.



Se modifica la prohibición de la aplicación de purines mediante sistemas de plato, abanico y por cañón, quedando de la siguiente manera:

Se permite en los recintos con pendientes medias superiores al 10 % o de superficie inferior a una hectárea cuando no sean colindantes con otros recintos de la misma explotación.

Se permite en la explotación entera cuando el resto de los recintos de la explotación (descontados aquellos incluidos en la excepción anterior y los pastos comunales) representen una superficie inferior al 50 % de la superficie total neta de la explotación, o su conjunto no supere las 2 ha.

En cualquier caso, como hasta

ahora, no se podrán aplicar los purines mediante sistemas de plato, abanico y por cañón cuando en el momento de realizar la labor se prevea una temperatura ambiente superior a un límite que determinarán las autoridades competentes de las comunidades autónomas, que también establecerán el periodo de tiempo inmediatamente posterior durante el cual se extiende esta prohibición.

La entrada en vigor del real decreto fue el 1 de enero de 2023, pero en lo relativo al registro de productos fitosanitarios, al registro de operaciones de aporte de nutrientes y materia orgánica al suelo agrario y de agua de riego y al artículo 18, surtirán efectos el 1 de enero de 2026. ■

agroseguro

CEREALES DE INVIERNO, LEGUMINOSAS
Y OLEAGINOSAS (CÁRTAMO, GIRASOL Y LINO SEMILLA)

- Hasta el 31 de octubre de 2025:
Andalucía y Canarias
- Hasta el 15 de noviembre de 2025:
resto del ámbito

*Se aplicará esta bonificación a los asegurados que hayan contratado los módulos 1 ó 2 en secano en el plan anterior y renueven estos módulos en el Plan 2025-Cosecha 2026 en las fechas establecidas.

Contrate ya
su seguro de
herbáceos
y llévase una
bonificación
del **5%**



Cultivos herbáceos

Cosecha 2026

PARA SUSCRIBIR SU SEGURO, DIRÍJASE A: • CAJA DE SEGUROS REUNIDOS (CASER) • MAPFRE ESPAÑA CÍA. DE SEGUROS Y REASEGUROS • AGROPELAYO SOCIEDAD DE SEGUROS S.A. • SEGUROS GENERALES RURAL • ALLIANZ, COMPAÑÍA DE SEGUROS • OCCIDENT • HELVETIA CÍA SUIZA, S.A. • CAJAMAR SEGUROS GENERALES S.A. • MUTUA ARROCERA, MUTUA DE SEGUROS • MUSSAP, MUTUA DE SEGUROS • GENERALI DE ESPAÑA, S.A. SEGUROS • SANTA LUCÍA S.A. CÍA DE SEGUROS • FIATC, MUTUA DE SEGUROS Y REASEGUROS • REALE SEGUROS GENERALES • AXA SEGUROS GENERALES • MGS SEGUROS Y REASEGUROS S.A.



Las secciones de crédito en las cooperativas agroalimentarias

Pilar Nogueras

COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS
DE ARAGÓN

Desde la Cátedra de Cooperativas Agroalimentarias de España se ha presentado una Guía Práctica de Secciones de Crédito en Cooperativas Agroalimentarias.

En Aragón, la regulación de las mismas se encuentra en el Decreto Legislativo 2/2014, de 29 de Agosto, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Cooperativas de Aragón y en el Decreto 208/2019, de 22 de Octubre, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley de Cooperativas de Aragón.

Las Cooperativas Agroalimentarias que se organizan mediante secciones, se encuentran reguladas en el artículo 6 de la Ley de Cooperativas de Aragón, cuentan con una gestión y contabilidad se-

paradas que permite un mayor control de la procedencia de los excedentes y de las pérdidas que se producen en la cooperativa, aunque todo ello quede englobado en la contabilidad general de la cooperativa.

El artículo 6 bis de la citada ley regula específicamente las secciones de crédito. Las mismas deberán aprobarse en Asamblea General.

Podrán colocar sus excedentes de tesorería en depósitos de otras entidades financieras, fondos públicos y valores emitidos por empresas públicas, siempre y cuando el depósito realizado reúna garantías suficientes de seguridad y liquidez.

El volumen de las operaciones de las secciones de crédito no podrá superar, en ningún caso, el cincuenta por ciento de los recursos propios de la cooperativa.

La sección de crédito deberá llevar una contabilidad separada e independiente, sin perjuicio de



la general de la cooperativa.

Las cooperativas con sección de crédito someterán anualmente sus estados financieros a auditoría externa y depositarán el informe de auditoría junto con las cuentas anuales aprobadas.

Se comunicarán al Registro de Cooperativas, para que dé traslado al departamento competente en materia de entidades de crédito y seguros, los acuerdos de crea-

ción y cierre y otras modificaciones que se produzcan en las secciones de crédito, así como la contabilidad e informes de auditoría y cualquier otra información que dicho departamento solicite para el ejercicio de sus competencias.

El artículo 61 del Reglamento de la Ley de Cooperativas de Aragón 208/2019, de 22 de Octubre, regula asimismo las Secciones de Crédito.

Además, en aquello que les sea de aplicación, se registrarán supletoriamente por la normativa reguladora de las cooperativas de crédito.

Las Comunidades de Andalucía, Cataluña y Valencia son las que cuentan con una normativa más extensa en secciones de crédito, encontrándose más desarrolladas las secciones de crédito de las cooperativas agroalimentarias en esos territorios.

La actividad crediticia de las secciones de crédito se basa en la financiación al resto de secciones de la cooperativa, a la propia cooperativa o a los socios.

No siendo la actividad principal de la cooperativa la financiera, deben establecerse mecanismos de control internos que evalúen la idoneidad de los créditos, así como sus garantías: personal, hipotecaria, pignoratícia, avalistas.

Asimismo, debe cumplirse con la legislación vigente a la hora de gestionar las cuentas de depósito, las cuales han de documentarse de forma similar a los de las entidades financieras, con contratos que recojan todas las condiciones de los depósitos: cuentas de depósitos a la vista, a plazo... es importante la transparencia informativa con los socios de la cooperativa.

La sección de crédito sólo puede anotar cargos o disposiciones de dinero en las cuentas de depósito cuando los titulares lo hayan autorizado, o exista un mandato legal o judicial en forma. ■

CONTENIDO PROMOCIONAL

Caja Rural de Aragón refuerza su compromiso con el territorio en FEMOGA 2025

La entidad financiera se ha estrenado con stand propio en la feria monegrina, en la que ha consolidado su apoyo a los profesionales del sector y su apuesta por la cercanía y la innovación.



El mes de septiembre en Sariñena es sinónimo de feria: de la Feria Industrial, Agrícola y Ganadera de Los Monegros (FEMOGA). Recién acabado el verano y con la vista puesta en la campaña de otoño-invierno, el primer sector de la provincia de Huesca y alrededores se viste de largo para ofrecer al público sus mejores productos.

Más de 350 expositores han participado en la última edición, entre ellos Caja Rural de Aragón que también ha querido sumarse con stand propio por primera vez. Durante los tres días que duró la

feria, más de 40.000 personas se acercaron a conocer el escaparate de productos y servicios del sector agrícola y ganadero. «Caja Rural de Aragón tiene oficina en Sariñena, y atiende en otras seis localidades de la zona, pero acercar de esta manera todos nuestros servicios a clientes y no clientes nos ha dado una mayor visibilidad. Teníamos que estar ahí y ha sido todo un éxito», ha asegurado la directora de la oficina de la entidad en Sariñena, Reyes Cervera.

«Lo importante ha sido sentir cerca a los visitantes, buscábamos que los que pasaran por nuestro stand pudieran conocer de primera mano todo el abanico de servicios financieros y todas nuevas propuestas, y creo que lo hemos conseguido», ha explicado Cerve-

ra.

Desde la entidad estuvieron explicando, por ejemplo, la oferta de líneas de crédito para la modernización del regadío y el amueblamiento de parcelas; la diversidad de depósitos de ahorro que ofrecen para el sector primario, o cómo utilizar una aplicación para el móvil que han puesto en marcha para la gestión de las labores diarias en el campo. «En tres días conseguimos que muchos usuarios se



descargaran la app, que seguro les hará su trabajo más llevadero», ha apuntado Reyes Cervera.

En la misma línea, desde la Cooperativa Los Monegros de Sariñena, con una larga participación en la feria, creen que esa cercanía al público que ha implementado Caja Rural de Aragón es fundamental para el trabajo conjunto. «Su presencia en la feria supone un apoyo a la agricultura y la ganadería en todo el territorio, ya

que es un evento orientado al primer sector», ha señalado el director gerente de la cooperativa, José Miguel Ochoa. De hecho, desde la gerencia de la cooperativa celebran que la entidad financiera, «tan comprometida e implicada con el territorio, haya querido sumarse con su propio stand a esta feria tan arraigada en la comarca y la comunidad».

«La cercanía y el compromiso con el territorio están en nuestro ADN. Solo apoyando a nuestros agricultores y ganaderos conseguiremos un sector vivo», ha resaltado Cervera. «Al final, hemos logrado un contacto más directo. Tenemos las puertas abiertas de nuestras oficinas, pero en la feria ya no hemos tenido que abrirlas, ha sido más inmediato, y eso lo valora el cliente», ha insistido la directora de la oficina en Sariñena.

«Sabemos que algunos de nuestros socios aprovecharon su paso por la feria para realizar compras de cara a la próxima campaña y, en algunos casos, consultar la financiación con la entidad», ha explicado José Miguel Ochoa.

La presencia de Caja Rural de Aragón en FEMOGA ha puesto de relieve su papel esencial en el desarrollo del territorio. Con iniciativas financieras adaptadas y un trato directo con el cliente, la entidad reafirma su compromiso con el presente y el futuro del campo aragonés. ■

Fernando Cunchillos

COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS
DE ARAGÓN

Desde su publicación, la Ley 20/1990, de 19 de diciembre, sobre el Régimen Fiscal de las Cooperativas ha recibido la aprobación de unos y las críticas de otros en igual medida, a la par que ha generado dudas por su ambigüedad en determinados aspectos. Su definido propósito, el incentivo del modelo cooperativo mediante alicientes fiscales tratando de colaborar en la creación de un tejido cooperativo, se alinea con el mandato constitucional de promover las formas de participación económica que favorezcan el interés general. Sin embargo, tras más de tres décadas de aplicación es necesario reflexionar sobre si ha conseguido sus objetivos o si se ha convertido en una ley obsoleta y, a la postre, en un conjunto de normas que dificulta su propio fin.

La Ley reconoce la singularidad de las cooperativas como entidades que priorizan el interés colectivo en tanto que son generadoras de rendimientos de escala, mejoran los resultados de los que las integran, fijan población y desarrollan labores que difícilmente se realizarían sin su existencia y, por lo tanto, deben establecerse beneficios, en este caso, fiscales que incluyan reducciones en la cuota del Impuesto sobre Sociedades, deducciones por creación de empleo y exenciones en tributos locales para que todo ello se desarrolle.

Ese reconocimiento se produce por el interés de optimizar y maximizar la agrupación de individuos en un modelo integrador persiguiendo mejoras en los distintos niveles. Y es ahí donde se encuentra el primer estrato de críticas, las centradas en la consideración de que estas medidas, si bien son un acicate e incentivo del modelo cooperativo habiendo ayudado para la supervivencia y competitividad de cooperativas en momentos complicados, generan a su vez controversia puesto que pueden ser utilizadas por entidades ajenas al modelo, preten-

diendo conseguir una menor tributación sin cumplir con las premisas iniciales del mismo.

Del otro lado la crítica interna, creciente y bien fundamentada, tratando de hacer patente la falta de adaptación de una norma antigua a las nuevas realidades que hace imposible casar las demandas de un mercado cada vez más dinámico y exigente en aspectos productivos, logísticos y de servicio con la rigidez establecida en la norma.

La invitación reiterada de la Administración para construir modelos sociales potentes, dispuestos y orientados al mercado, choca con una norma que penaliza cualquier ejercicio de crecimiento.

Evidente es que el sector agrario, a la par que un sector necesario, estratégico y que debería mimarse, es uno de los más expuestos a la variación climatológica y, por lo tanto, dependiente de la producción que podrá comercializar. La dureza cli-

matológica tan evidente en los dos años anteriores ha convertido la actividad comercial de las cooperativas en una espada de Damocles para determinados sectores, ya que debían elegir entre mantener una cuota de mercado y servicio a los clientes habituales ignorando los límites de porcentajes de operaciones que determina la norma, o bien cumplían con esos límites y dilapidaban los años de esfuerzo comercial y de desarrollo de producto.

El Régimen Fiscal de Cooperativas cumplirá pronto los 35 años



Si la sociedad y, representándola, las administraciones solicitan estructuras cada vez más sólidas, las mismas, no deberían ser un escollo en la adecuación de la norma al ritmo normal de las empresas. Y también han de valorar si el espíritu del que nace la Ley se cumple o si la utilización de determinados aspectos sirve para atacar un modelo que deseamos que crezca y se desarrolle.

Existen, por lo tanto, aspectos de la norma ambiguos en su interpretación y de necesaria revisión que en su origen pretendían colaborar en la defensa del modelo y que se están convirtiendo en el foco de revisión papista por parte de algún técnico.

Es indudable que como norma vigente debe ser estudiada y, por ello, insistimos en el cumplimiento, en la revisión interna de las obligaciones de un sector que necesita de estas figuras societarias y que no puede permitirse incumplir esos aspectos y por lo tanto ser el centro de las revisiones sistemáticas y en algunos casos injustas de unos pocos.

Analizar los beneficios que la norma otorga en el impuesto de sociedades nos lleva a distinguir entre cooperativas protegidas y especialmente protegidas. Las primeras consiguen un tipo de gravamen mejorado para los resultados cooperativos manteniendo el tipo general en los resultados extracooperativos, lo cual es una mejora, y en el caso de las especialmente protegidas -las cooperativas agroalimentarias entran, a priori, en esta tipología- añaden una bonificación del cincuenta por ciento de la cuota íntegra.

Mantener, profundizar en las distorsiones de este formato y defenderlo, tiene la finalidad de motivar un crecimiento en los resultados de las cooperativas, posibilitando estructuras patrimonialmente consolidadas. Por ello, revisar los aspectos problemáticos (contabilidad, fondos de reservas, socios...) debe ser una obligación autoimpuesta en nuestros quehaceres diarios, de manera que los exámenes a los que nos sometamos den como resultado la confirmación de nuestra característica como «especialmente protegidas». ■



Ampliación del permiso por nacimiento y cuidado del menor

Rocío Joven
COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS
DE ARAGÓN

Con la entrada en vigor de la nueva norma, la suspensión del contrato laboral para cuidado de hijos tras el parto, adopción, guarda con fines de adopción o acogimiento pasa de 16 a 19 semanas para las familias biparentales y de 26 a 32 semanas para las monoparentales.

El Real Decreto-ley 9/2025, de 29 de julio, mejoró las condiciones del permiso de nacimiento y cuidado del menor regulado en el artículo 48 del Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, texto refundido del Estatuto de los Trabajadores.

Con esta reforma, se da cumplimiento a la Directiva (UE) 2019/1158 del Parlamento Europeo y del Consejo y se mejora una recomendación de la Organización Internacional del Trabajo. La suspensión contractual se aplica indistintamente a mujeres y hombres.

Suspensión del contrato de trabajo por nacimiento, adopción, guarda con fines de adopción y acogimiento

Por nacimiento, adopción, guarda con fines de adopción y acogimiento se tendrá derecho a la suspensión del contrato de trabajo de la madre biológica y del otro progenitor o de cada adoptante, guardador o acogedor durante 19 semanas (lo que conlleva contar con un incremento de tres semanas respecto a la norma anterior).

En el caso de las familias monoparentales (una única persona progenitora), el periodo de suspensión aumenta hasta las 32 semanas (lo que conlleva contar con un incremento de seis semanas respecto a la norma anterior).

Por parto prematuro, el periodo de suspensión puede computarse a instancia de la madre biológica o del otro progenitor a partir de la fecha de alta hospitalaria (excluyendo el computo de las seis semanas posteriores al parto). Si el neonato precisa hospitalización por periodos superiores a siete días, la suspensión se ampliará en tantos días como el nacido se encuentre hospitalizado con un máximo de trece semanas adicionales.

En caso de fallecimiento del hijo o hija, o del menor en caso de adopción, guarda con fines de adopción y acogimiento, no se reduce el periodo de suspensión, se reducirá cuando, tras pasadas las seis primeras semanas, se solicite la reincorporación al trabajo.



LA DISTRIBUCIÓN QUEDA ASÍ ESTABLECIDA

Nacimiento, Adopción, Guarda con fines de Adopción y Acogimiento	DESCANSO OBLIGATORIO	DESCANSO VOLUNTARIO (hasta los 12 meses)	DESCANSO ADICIONAL (hasta los 8 años)
NO MONOPARENTAL 19 semanas cada progenitor	6 semanas	11 semanas	2 semanas
MONOPARENTAL 32 semanas	6 semanas	22 semanas	4 semanas

Si el fallecimiento fuera de uno de los progenitores, el otro progenitor puede hacer uso de la totalidad o, en su caso, de la parte que reste del permiso del fallecido, en el caso de adopción, guarda con fines de adopción y acogimiento.

Las 6 semanas posteriores al parto son obligatorias y deben ser ininterrumpidas, en el caso de adopción la suspensión será inmediata a la resolución judicial o decisión administrativa en el caso de guarda legal o acogimiento.

Las 11 semanas posteriores (22 semanas en monoparental) La distribución será a voluntad de la persona trabajadora, en periodos semanales de forma acumulada

LAS FECHAS QUE SE HAN DE TENER EN CUENTA SON LAS SIGUIENTES:

Nacimiento / Resolución Judicial o Administrativa

HASTA EL DÍA 01/08/2024
16 semanas
26 semanas (monoparental)

DEL 02/08/2024 A 30/07/2025
18 semanas
30 semanas (monoparental)

DESDE EL DÍA 31/07/2025
19 semanas
32 semanas (monoparental)

o ininterrumpida y podrá ejercitarse desde el fin de la suspensión obligatoria hasta que el hijo o hija cumpla 12 meses. En el caso de adopción, guarda o acogimiento se contemplarán los 12 meses siguientes a la resolución judicial o decisión administrativa.

La madre biológica puede anticipar su ejercicio hasta 4 semanas antes de la fecha previsible del parto.

Las 2 semanas adicionales (4 semanas en monoparental) pueden distribuirse en periodos semanales de forma acumulada o ininterrumpida hasta que el hijo o hija cumpla 8 años. En el caso de adopción, guarda o acogimiento hasta que transcurran 8 años del hecho

causante. Las suspensiones podrán disfrutarse en régimen de jornada completa o de jornada parcial, previo acuerdo entre la empresa y la persona trabajadora.

La persona trabajadora debe comunicar a la empresa, con una antelación mínima de 15 días, el ejercicio de este derecho en los términos establecidos, en su caso, en los convenios colectivos.

Cuando los dos progenitores, los adoptantes, guardadores o acogedores que ejerzan este derecho trabajen para la misma empresa, la dirección empresarial puede limitar su ejercicio simultaneo por razones fundadas y objetivas debidamente motivadas por escrito.

El aprovechamiento de las nuevas semanas de suspensión del contrato, así como la prestación económica correspondiente, puede solicitarse a partir del 01/01/2026 y no requiere un nuevo reconocimiento del derecho, siendo de aplicación la normativa reguladora del disfrute del periodo de descanso voluntario por nacimiento y cuidado del menor. ■

El cooperativismo que une personas y territorios

acodea
AGRIAGENCIA DE ESPAÑA

FUNDACIÓN ACODEA

El Jardín Botánico de Valencia, acogió la celebración del X Encuentro Nacional de Agripoolers. Fueron jornadas llenas de energía, reencuentros y nuevas conexiones entre cooperativas de nueve países latinoamericanos y de toda España. Un espacio donde se hizo visible, una vez más, el poder de la cooperación agraria y la fuerza humana que sostiene a este movimiento.

Se celebraban quince años de ACODEA y diez años de la Red Agripoolers, una comunidad viva de profesionales de organizaciones de productores y cooperativistas, con importante presencia aragonesa, que comparten conocimiento y experiencias con organizaciones de productores en todo el mundo. Y, aunque los números impresionan, lo más valioso fueron las historias, los rostros y las conversaciones que recordaban «por qué hacemos lo que hacemos».

Durante las jornadas se dieron lugar varias mesas de debate que marcaron el pulso del encuentro: «Diez años de Agripoolers: Impacto y Futuro», «El poder de la cooperación internacional», «Caso de éxito: Ríos de Agua Viva», «Quince años de Acodea», «Año Internacional de las Cooperativas», «Financiamiento Rural» y «Cambio climático y gestión del agua».

Cada diálogo dejó reflexiones valiosas: la urgencia de fortalecer alianzas entre cooperativas, pro-



Foto de familia durante la clausura del evento.



Alberto Arellano al recibir su premio.

mover una financiación adaptada al medio rural, dar voz a los jóvenes y garantizar el liderazgo de las mujeres. Se habló también de sostenibilidad y resiliencia climática, conscientes de que el futuro del campo dependerá de la capacidad de cooperar, innovar y mantener vivos los valores.

La noche anterior al cierre se celebró una cena de gala que combinó emoción y compromiso. Presentada por Quico Taronj, quien imprimió su sensibilidad y cercanía, se consiguió un evento memorable en el que destacó de forma especial la subasta solidaria, cuyos fondos

se destinarán a apoyar a las zonas rurales afectadas por la DANA.

Durante la cena se entregaron los Premios Agripoolers 2025, que reconocieron distintas trayectorias y contribuciones a la red en categorías como Reconocimiento y Colaboración en Red, Agripool Latam, Trayectoria, Revelación del Año y Historias que no se olvidan.

Este último galardón fue para el aragonés Alberto Arellano, gerente de Destilerías San Valero S. Coop., dentro del concurso «Fotos con historia», que invitaba a retratar momentos de misión acompañados de un breve relato.

El resultado fue una muestra de imágenes y palabras que reflejaron la esencia del cooperativismo: la colaboración, la empatía y la fuerza de construir juntos un mundo rural más humano y sostenible.

El encuentro culminó el 19 de septiembre con un cóctel en El Umbracle, también presentado por Quico Taronj, donde participantes, aliados y amigos de la red celebraron el cierre de esta décima edición con el compromiso renovado de seguir fortaleciendo la cooperación entre personas y territorios.

Porque cuando las cooperativas se unen, todo florece. ■

Una fotografía con alma: el reconocimiento a una historia que trasciende palabras

III Como se indicaba en líneas anteriores, el gerente de Destilerías San Valero, Alberto Arellano, fue reconocido con el premio del Concurso de fotos con historia, una iniciativa que pone en valor las experiencias humanas detrás de cada imagen.

La fotografía ganadora fue tomada durante una misión en Colombia, en el marco de su colaboración como *agripooler* con la empresa cacaotera APRO-CASUR.

En la imagen se recoge un momento tan sencillo como profundamente humano: un agricultor, conocido como «El mudo» mostraba con orgullo su plantación de cacao. «A pesar de no poder hablar, su entusiasmo y el cariño con el que enseñaba su finca transmitían más que cualquier palabra» destacó Arellano.

«El amor con el que nos mostró su finca me estremeció y me hizo recordar el espíritu de los viticultores de Aragón» subrayó Arellano al presentar la foto, recordando cómo ese encuentro le hizo pensar en quienes, más allá del mercado o las circunstancias, cuidan su tierra como a un miembro más de la familia.

Durante el encuentro, Destilerías San Valero también quiso sumarse a la subasta solidaria organizada por Acodea, destinada a apoyar a los afectados por la DANA. La destilería participó donando packs de su ginebra premium Vínica, elaborada con vino de Garnacha de Aragón y botánicos de la región. Las botellas encontraron su destino en Sevilla, contribuyendo así a una causa solidaria que unió compromiso, cooperación y generosidad.

«Este reconocimiento no solo celebra una fotografía, sino una historia de empatía, conexión y respeto por la tierra y las personas que la trabajan. Un ejemplo de cómo, incluso sin palabras, una imagen puede contar una historia que permanece» concluyó Arellano.



COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS
DE ARAGÓN

CEPES Aragón ha celebrado la entrega de los «Reconocimientos Cooperativos», unos galardones destinados a promover y difundir los valores del cooperativismo, visibilizando la labor que estas entidades desempeñan en el desarrollo económico y social de nuestra comunidad autónoma.

Los premios se han otorgado en diferentes categorías, reconociendo a entidades de distintos ámbitos.

Cooperativa Nuestra Señora de los Pueyos de Alcañiz: una referencia en el sector agroalimentario

Entre las entidades galardonadas, ha destacado la Cooperativa Agroalimentaria Nuestra Señora de los Pueyos de Alcañiz, reconocida por su trayectoria y papel como motor económico y social en la provincia de Teruel.

Fundada en 1946 ha mantenido un desarrollo constante, ampliando actividades, incorporando nuevas secciones y realizando

importantes inversiones. Hoy reúne a más de 2.400 socios y ofrece una amplia gama de servicios, además de una sólida red de suministradores.

Su carácter multisectorial se refleja en secciones tan diversas como cereales, fertilizantes, forrajes, piensos, maquinaria y olivar, configurando un modelo de economía circular en el que los productos del campo alimentan al ganado y retornan al territorio en forma de valor añadido.

La cooperativa también gestiona ahorro y crédito, impulsa energías renovables mediante su planta fotovoltaica y apuesta decididamente por la innovación sin renunciar a la tradición. Todo ello la convierte en un ejemplo de arra-

COOPERATIVAS

CEPES Aragón entrega sus galardones cooperativos



El gerente de Nuestra Señora de los Pueyos recogiendo el galardón.

go, compromiso y modernidad, capaz de generar riqueza y empleo estable en su entorno.

El galardón fue recogido por su gerente, Ángel Espés.

Otros reconocimientos al cooperativismo aragonés

La jornada también sirvió para reconocer a otras cooperativas que, desde sus respectivos ámbitos, contribuyen al desarrollo del cooperativismo en Aragón.

La Cooperativa San José Artesano de Luna, de trabajo asociado; la Cooperativa de Enseñanza COENZA, en el ámbito educativo; Cop57 Aragón como Cooperativa de Servicios; el grupo de trabajo de REAS Aragón en la categoría de Cooperativa de Vivienda y Gas Barbastro en la de Consumidores y Usuarios.

En este Año Internacional de las Cooperativas, esta entrega de premios de CEPES Aragón ha servido no solo para reconocer trayectorias destacadas sino también para poner en valor el papel del cooperativismo como motor de progreso y cohesión social en Aragón. ■

Grandes Vinos

NÚBILO: cuando el vino sin alcohol se vuelve gourmet

La tecnología de desalcoholización, a la vanguardia del mercado, preserva al máximo la esencia de los vinos: aromas, sabores, volumen y recorrido.

GRANDES VINOS

Nuevos datos de la industria global de bebidas confirman que el segmento NO/LOW ya no es un nicho, es una decisión consciente. Los formatos 0,0 sin alcohol son los que más crecen en los mercados.

El consumidor exigente pide vino sin alcohol, pero con estructura, tensión y relato gastronómico: un vino gourmet sin alcohol que acompañe una carta ambiciosa, sin renunciar al *mindful drinking*.

Grandes Vinos, bodega líder de la D.O. Cariñena y primera bodega en Aragón en lanzar los vinos sin alcohol, en enero de 2024 a través de su marca Monasterio de las Viñas, ha seguido investigando y profundizando con un objetivo, que la sofisticación también pueda servirse sin alcohol. De esa convicción nace NÚBILO, la interpretación más elegan-

te del vino sin alcohol; un vino concebido con el mismo rigor, sensibilidad y ambición que pone en sus vinos iconos.

Los tres vinos que componen la marca NÚBILO, Tinto, Rosado y Blanco, se han elaborado con las mejores Garnachas y Macabeos, en el caso del blanco, de la bodega, de suelos pobres y pedregosos y viñas con carácter y han reposado posteriormente en barricas de roble francés y americano, que les aportan el volumen y com-

plejidad previamente a una desalcoholización suave y precisa que elimina el alcohol con delicadeza.

El resultado es una experiencia plena y auténtica, preparada para las mesas que piden emoción y excelencia. Un vino tinto, de Garnacha, que se expresa con una estructura serena y un final largo que habla de tiempo y equilibrio. En el caso del blanco y rosado se incorpora además una burbuja fina que aporta cremosidad en el paladar, dos vinos espumosos sin alcohol que se entienden con cocina



contemporánea, coctelería baja en alcohol y servicio por copa.

Notas de cata:

NÚBILO Macabeo Blanco 0,0: plátano maduro, coco y sutil roble tostado. En boca es cremoso y envolvente, con fina burbuja que aligera el sorbo y un final elegante. Ideal con mariscos, pescados al horno, sushi o ese brindis que apetece sin alcohol.

NÚBILO Garnacha Rosado 0,0: fruta roja fresca, flor de almendro, eco sutil de barrica; paso vibrante y largo. Perfecto para tapas, arroces, ensaladas templadas y aperitivos que se alargan.

NÚBILO Garnacha Tinto 0,0: torrefactos, café, vainilla; tanino sedoso. En boca es sedoso, con cuerpo sereno y recuerdo especiado. Acompaña muy bien carnes blancas, embutidos, quesos semicurados y platos de setas.

NÚBILO 0,0 no compite con el vino tradicional: amplía la carta y anticipa nuevas pautas de consumo. Recupera la liturgia del servicio (copa adecuada, temperatura, maridaje) y ofrece al consumidor una elección sin fricción. Con este nuevo lanzamiento Grandes Vinos consolida su posicionamiento de bodega innovadora, entre las más destacadas del sector nacional. ■



En marcha el I Certamen de Tapas & Garnacha zaragocista

El concurso, en el que participan 46 locales hosteleros aragoneses, premia las mejores tapas inspiradas o con esencia zaragocista elaboradas con ingredientes tradicionales.

Grupo Pastores

FEMOGA y la Feria de Cedrillas ponen en el escenario al sector ovino y caprino aragonés

OVIARAGÓN

Femoga y Cedrillas son dos ferias muy importantes para el sector de los pequeños rumiantes. En ellas, el ovino y el caprino están presentes como principales protagonistas.

Jornadas técnicas, cultura, novedades aplicativas, concursos, subastas, reconocimientos y homenajes se reparten el escenario para poner a este sector delante de la sociedad a la altura que su destacado papel merece.

Oviaragon-Grupo Pastores en colaboración con otras entidades públicas y privadas organiza y dinamiza una parte significativa de los eventos ganaderos de ambas ferias desde hace más de tres décadas.

Conocimiento técnico y transferencia

En Sariñena, la XXVIII Jornada sobre la Ganadería Ovina del Siglo XXI se centró, en esta edición, en «una ganadería de por sí sostenible para ha-

cerla más sostenible». Técnicos del Departamento de Ciencia Animal y de los Alimentos de la Universidad Autónoma de Barcelona, del Instituto Vasco de Investigación y Desarrollo Agrario (NEIKER) de Arkaute (Álava) en colaboración con el Equipo Veterinario de Oviaragon, el Colegio de Veterinarios de Huesca y el Departamento de Producción Animal de la Universidad de Zaragoza, dentro del paraguas de dos proyectos internacionales que compartimos (Tech Care y LIFE Green Sheep) han abordado la importancia de la mejoras tecnológicas para defender y mejorar la sostenibilidad de las ganaderías de ovino de carne.

En las veteranas jornadas Ganaderas de Cedrillas, los contenidos de este año fueron los cultivos para pasto, tan esenciales para la continuidad actual de las explotaciones y en las que destacan el proyecto que lidera Oviaragón SEMIPASTO (GCP 2022 001300) en colaboración con Cereales Teruel y la Universidad de Zaragoza y el proyecto QUESONAT

(GOP 2023 0031 00) donde participan Pastores Grupo Coop., Quesos Artesanos de Teruel S.L y el CITA de Aragón y que tiene como objetivo la mejora de las características organolépticas de nuestros quesos.

Ambas jornadas se pudieron seguir en directo u online y su contenido se puede visualizar en la web de Oviaragón.

Ganado

Ambas ferias se han adecuado a las restricciones sanitarias actuales, condicionadas principalmente por la Lengua Azul, pero han podido contar en esta edición con una importante exposición de animales vivos de las distintas razas ovinas (Rasa, Xisqueta, Cartera, Ojinegra...) y también virtualmente (Concurso de Chotos "Machos Caprinos"); destacando, organizados por la UPRA-Grupo Pastores, la Subasta de Machos Selectos en FEMOGA (Sariñena), así como el Concurso Nacional de la Raza Rasa Aragonesa organizado en esta edición de Cedrillas.



1. Premiadados en el Concurso Nacional de Rasa y Martín Peinado y, a la izquierda, junto a el Presidente de UPRA José M^a Perez, la esposa e hija de José A. Gil que recibieron su reconocimiento de ANGRO, UPRA y AGROJL.
2. Premiadados XVI Premios a la viabilidad de las ganaderías de ovino en colaboración con Ceva-Salud Animal
3. Momento de la Subasta de la UPRA-Grupo Pastores en Sariñena.



GRANDES VINOS
The legacy of Carriena

GRANDES VINOS

El Casco Antiguo de Zaragoza, Casa Juanico, ha acogido la presentación del I Certamen de Tapas & Garnacha Zaragocista. En el acto se ha explicado la dinámica y plazos en los que se llevará a cabo y las motivaciones que les han llevado a lanzar esta iniciativa.

Carlos Arranz, director comercial y de marketing del Real Zaragoza, ha comentado: «Fútbol y Bares. Zaragoza y Garnacha. Dos combinaciones que van de la mano. Este primer certamen quiere poner en valor la hostelería como punto de encuentro para nuestros aficionados, todo ello maridado con tapas con sabor de Aragón y la garnacha zaragocista de Grandes Vinos».

Por su parte, Manuel García, director de marketing de Grandes Vinos, ha agregado: «Para nosotros es un orgullo patrocinar al Real Zaragoza, una relación que comenzó hace muchas temporadas. Además de elaborar el vino oficial del Club, hoy damos un paso más coorganizando

este primer certamen que tiene lugar en 46 establecimientos de hostelería de Zaragoza. Nuestro objetivo es dinamizar el sector con el Real Zaragoza como común denominador».

El acto ha finalizado con una distendida degustación de tapas de algunos de los locales que participarán en el Certamen. Además del anfitrión Casa Juanico, Kapitana D' Vermut y Burladero también han presentado sus respectivas elaboraciones con esencia zaragocista.

Fechas clave

La votación popular que dirimirá los finalistas del concurso arrancará se extenderá hasta el 5 de noviembre. Ya en la gran final, que se celebrará en Ibercaja Estadio, un jurado decidirá el ganador del Certamen.

Así mismo, se realizaron sorteos entre las personas que voten, además de los premios para el ganador y de un galardón especial al 'establecimiento más zaragocista' que tendrá en cuenta la decoración, la inspiración o historia relacionada con su zaragocismo. ■



Ganaderos y técnicos

No hay ganado sin profesionales detrás que los cuiden, los mimen y los gestionen adecuadamente.

FEMOGA reconoció a las ganaderías Premiadas por sus buenos resultados técnicos y productivos en los XVI Premios a la Viabilidad de las Ganaderías de Ovino, en colaboración con Ceva-Salud Animal y en los premios del XXIX Concurso Aragonés de Chotos (Machos Caprinos), en el III Choto de Honor y en el XII Homenaje al Pastor Monegrino, organizados con el ADS OVISA (Sariñena-Robres).

En Cedrillas, los ganadores del Concurso Nacional de la Raza Rasa Aragonesa en esta edición, además de los premios de las distintas categorías que fueron a parar a localidades del Bajo Aragón, de Monegros, de la

Comunidad de Teruel y de la Sierra de Albarracín contó con el reconocimiento por parte del MAPA a la ganadería mejor presentada del concurso, que en esta edición fue la familia Bolea Brosed de la localidad de Robres (Huesca). El Premio Martín Peinado a la mejora genética de UPRA correspondió a la ganadería de Joaquín Calvo e Hijos de Monegrillo (Zaragoza), mientras que los hermanos Calvo Calvo de Villarroja de Los Pinares (Teruel) recibieron el homenaje al Pastor Cartero por parte de ANGORCA.

Cabe destacar el reconocimiento especial «in memoriam» a D. José Andrés Gil Berduque, director de los Libros Genealógicos, organizado por las asociaciones de Rasa Aragonesa (ANGRA y UPRA) y por la asociación de Raza Ojinegra de Teruel (AGROJI). Emotivo, entrañable y mil veces merecido por su profesionalidad y años de servicio en nuestras ganaderías de selección.

Que nadie se olvide que las ferias ganaderas en general y éstas en particular son fundamentales para que nuestros sectores ganaderos sean más visibles en esta sociedad que tanto los necesita tanto a nivel económico como por los beneficios de todo tipo que aportan para la vida y la continuidad de nuestros territorios. ■

Arrocera del Pirineo



Arrocera del Pirineo busca incrementar el valor añadido al arroz de Aragón

ARROCERA DEL PIRINEO

En Aragón los suelos de cultivo del arroz son frecuentemente salino-sódicos que, por su estabilidad estructural baja, su tendencia al encharcamiento y anoxia, no suelen ser aptos para otros cultivos.

Las cualidades de cultivo tales como las temperaturas extremas, la escasez e irregularidad de las precipitaciones, la limpieza atmosférica de los vientos, la altitud respecto al mar de las tierras y el agua procedente del deshielo de la nieve de los Pirineos hace que las características del arroz aragonés sean únicas, confiriendo una calidad extraordinaria a cada grano.

Arrocera del Pirineo, cooperativa arrocera que comercializa su arroz bajo la marca Arroz Brazal, tiene una amplia experiencia en la realización de ensayos agronómicos, en la coordinación de grupos operativos, y en la realización de trabajos relacionados con la defensa del arroz de Aragón como cultivo de calidad superior.

El objetivo de estos trabajos es, fundamentalmente, incrementar el valor añadido del arroz producido en Aragón y facilitar su penetración en el mercado nacional, así como su reconocimiento por la sociedad. De esta manera, se busca evitar el abandono de superficies de cultivo en las que no tienen cabida otras producciones, favoreciendo la sostenibilidad económica



de las explotaciones agrarias de la región.

Por todo ello, en el marco del Grupo Operativo para la Mejora de la comercialización del arroz en Aragón, y que está cofinanciado por el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER) a través del PDR de Aragón, mediante una figura de calidad diferenciada, se están realizando estudios que buscan demostrar la superioridad de las cualidades organolépticas de este producto frente a otros de otras regiones.

Además, la importante cantidad de arroz variedad Guadamar que posee Arrocera del Pirineo, y siendo una de las principales variedades cultivadas en la región, han marcado como obligatorio la realización de un estudio en profundidad que sirviera de hoja de ruta para elaborar un argumentario bien fundamentado de cara a mejorar su valor

añadido. Este estudio, realizado por la Asociación de Cocineros de Aragón y cocineros expertos en arroz, ha resumido las claves principales de la variedad, destacando lo que la hace imbatible frente a otras: versatilidad, rapidez, consistencia y calidad extraordinaria.

La practicidad e importancia de los resultados obtenidos de este estudio ponen en relieve lo esencial que es para el sector agroalimentario la colaboración de las distintas entidades que lo conforman, desde productores, investigadores, cocineros profesionales, consumidores finales, etc. Este tipo de trabajos colaborativos permitirán al sector incrementar el valor añadido de sus productos, así como destacar la profesionalidad, implicación e importancia del sector primario en la sociedad, la economía y la sostenibilidad. ■



Obras hidráulicas



Albañilería en general
Rehabilitación y reforma
de viviendas



Promoción y construcción
de naves agrícolas y ganaderas

Polígono Valdeferrín, Parc. R-132-133
50600 Ejea de los Caballeros (Zaragoza)

Tels. 976 66 02 09
676 47 93 75
Fax: 976 66 42 16



admon@ccbernardo.com www.ccbernardo.com

ARAGÓN
SABOR
DE VERDAD

EN 
ARAGÓN 
LOS  
ALIMENTOS 
SABEN  DE
 VERDAD

LOS ALIMENTOS DE ARAGÓN saben a naturaleza,
a trabajo, a personas, a ilusión y a historia.