

# Dèmeter

Mujer, tierra y vida.



*33 miradas al campo.*

D  
M

*Marta Belda Blanco*





# Dèmeter

Mujer, tierra y vida.

---

Marta Belda Blanco



**Título:**

Démeter: mujer, tierra y vida.

**Edita:**

© Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.  
Secretaría General Técnica. Centro de Publicaciones.

**Unidad proponente:**

Secretaría General Técnica. Centro de Publicaciones.

**Autora:**

Marta Belda Blanco

**Fotografías:**

Blas Fuentes Mañas

**Diseño y maquetación:**

Javier López-Gay Belda

**Impresión y encuadernación:**

Gráficas Muriel S.A.

**NIPO línea:** 003-24-100-0

**NIPO papel:** 003-24-099-8

**ISBN:** 978-84-491-1622-3

**Depósito Legal:** M-21330-2024

**Tienda online:**

[www.mapa.gob.es](http://www.mapa.gob.es)

<https://servicio.mapama.gob.es/tienda/>

**e-mail:**

[centropublicaciones@mapa.es](mailto:centropublicaciones@mapa.es)

**Catálogo de Publicaciones de la Administración General del Estado:**

<https://cpage.mpr.gob.es/>

En esta publicación se ha utilizado papel libre de cloro de acuerdo con los criterios medioambientales de la contratación pública.

Las opiniones expresadas en esta obra corresponden exclusivamente a sus autores y no reflejan necesariamente los puntos de vista del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

---

*A mis hijos Jacobo, Blanca, Bego y Yago, motor de mi vida y soporte de todo esfuerzo.*

*A mis padres y hermanos, referente, ejemplo y guía en cada paso.*

*A mi familia.*

*A mis queridísimas amigas, hermanas del alma.*

*A Miguel López, a Eva Ortega y a la familia Gil, luz en mi camino.*

*A todas y cada una de las mujeres que han participado en este proyecto, y que han hecho de sus palabras una enseñanza y un privilegio enriqueciendo este trabajo, pero sobre todo, mi vida.*

*A Javier López-Gay Belda, Cecilio Peregrin, Amador Navarro y Blas Fuentes.*

*A todo el que tenga la inquietud de leer estas líneas.*

*A todos, GRACIAS.*

---



# PREÁMBULO

---

Dicen que crecemos con los años, pero, en ocasiones, basta un año para que crezca el ALMA toda una vida.

Un año de trabajo de campo, un año de aprendizaje, un año de descubrimientos. Treinta y tres grandes descubrimientos, uno, por cada una de las mujeres que he entrevistado.

Planteando redactar las conclusiones de este libro, en ese momento previo en que reorganizaba mis ideas, llego a la primera conclusión, que no es otra que la de mi imposibilidad para concluir nada, y la necesidad de reflexionar sobre todo. Reflexiones que me llevan a definir este trabajo como el trabajo de la generosidad, comenzando por la generosidad divina de ponerme este trabajo en el camino.

Así que, comenzaré y finalizaré este libro, evocando una palabra mágica, por su poder inmenso, dando, inevitablemente, las GRACIAS.

Un trabajo que he desarrollado a través de la grandeza de la humildad palpada, de esas mujeres, de este sector, y de una tierra, que no alcanzan a reconocer su grandeza, por la interiorización de los valores propios de una tierra humilde, cincuenta años atrás, que se ha tornado en un verdadero vergel, fruto del trabajo de la FAMILIA. Valor de la FAMILIA que impregna la vida de la agricultura, y de todas y cada una de las mujeres protagonistas de mi trabajo.

Mujeres que se han ido superando así mismas, calladamente, desde ese segundo plano que otorga, paradójicamente, la ventaja de la distancia, esa distancia adecuada, que unido a su rol, le habilita y capacita a anticiparse a situaciones, a desplegar sus dones inherentes, no ya a su género, sino más bien a su condición de madre, encontrando la solución antes que el problema, lo que me lleva a diluir plenamente la disquisición intrínseca y desvirtuada de la igualdad de género, objetivo más que lejano de este trabajo, para hablar de reconocimiento, de merecimiento, de creación de valor, de justicia y equidad valorativa, de trabajo bien hecho, de igualdad de oportunidades, de alineación, de equilibrio y de perfecto complemento hombre-mujer, pues, ¿podría un pájaro volar con un solo ala?

Es un trabajo, cuyo eje central, gira en torno a la persona, esa persona en la que nos debemos focalizar inculcando, desde la edad más temprana, ese cuarto objetivo de desarrollo sostenible definido por Naciones Unidas de educación de calidad, pues será la única vía de obtener la verdadera calidad de un producto, y que a partir de ahí, alcance a toda la cadena.

Una educación basada en el respeto, que nos lleve a vanagloriar un sistema productivo sostenible medioambiental, política, social y económicamente.

Una sostenibilidad social que se traduce, con inmediatez, en integración. Integración de esa mujer, que ejerciendo su doble papel de hombre en el campo y mujer en el hogar, se ve abocada, por una cultura anquilosada, a tener que vivir el sobre esfuerzo permanente de tener que demostrar. Demostrar una capacidad, que al igual que la propia de este sector, he podido constatar, fehacientemente, como ilimitada.

Hemos de interiorizar el mensaje de nuestra capacidad real, frente al fantasma de nuestras limitaciones, esas que nos imponemos a nosotros mismos, como freno férreo a nuestro avance y despertar.

Un aprendizaje marcado por la tecnología, que no es más que la herramienta de la nueva cultura que ha venido a transformarlo todo, a partir de una transformación inherente a esas mujeres que viven, camaleónicamente, adaptándose al medio, a cada etapa, a cada situación, con una aversión total al riesgo, y con una fortaleza desmesurada, que se nutre de la sabiduría de que la debilidad no es bien entendida en este sector. Un sector capaz, autónomo, autosuficiente, pionero, innovador, resiliente, integrador, trabajador, respetuoso, esencial y transversal, como garante de nuestra subsistencia, amén de ser el único sector capaz de abrir un universo de oportunidades de futuro, toda vez que es el único sector capaz de gestionar el dióxido de carbono de manera natural, como llave exclusiva para ser la solución real, del cambio climático.

Reconociendo a una mujer ilimitada que hace fácil lo imposible, te invito a compartir, en las páginas siguientes, el resultado de un trabajo de incalculable crecimiento personal, que me ha permitido reconocer y, sobre todo, llenar un pedacito de mí, precedido de las líneas puente escritas por quien me ha abierto la puerta, me ha mostrado el camino, y ha sido fiel testigo del amor entregado y recibido en este trabajo, Miguel López, a quien estoy eternamente agradecida.

# PRÓLOGO

---

*Miguel Trinidad López Martínez*

El libro que tiene entre sus manos es una mezcla perfecta de atrevimiento, inteligencia y humanidad, sí, humanidad, porque la autora en sus conclusiones finales, con total acierto, afirma que “la agricultura nos humaniza” y tiene un componente aún más profundo relacionado con la mujer y la familia, lo irán descubriendo; atrevimiento, porque una persona no relacionada con el sector, con una actividad profesional que dicta del día a día de la agricultura, y con una vocación indiscutible de aprendizaje de la agricultura almeriense en estos tres últimos años, da una perspectiva externa, que nos viene bien a todas las personas, instituciones y empresas que estamos inmersos el mundo agrario y en especial con el “Modelo de Agricultura Sostenible de Almería”, verán que le he agregado al concepto histórico de “Modelo Almería”, agricultura y sostenible, porque después de la lectura de este magnífico libro me ha incentivado a ello, a saber reconocer y decir lo que somos; inteligencia, porque para hacer el trabajo que ha hecho Marta, se debe tener inteligencia, no solo en el saber, que lo tiene, si no en la capacidad intelectual que le ha aplicado con una indiscutible dosis de humildad y de reconocimiento a las personas que han logrado llegar hasta aquí con un punto de partida complejo y si me apuran, miserable.

La autora ha tomado como base del trabajo la entrevista a 33 mujeres que han dedicado su vida, muchas veces calladas, a darle valor con su buen hacer y ser, a toda la cadena de valor de la agricultura: producción, manipulación, servicios añadidos, gestoras, políticas, investigadoras, agentes de innovación, funcionarias nacionales e internacionales...; me dan ganas de adentrarme en mis propias conclusiones, pero podría caer en quitarle protagonismo a la autora y a cada una de las verdaderas protagonistas, pero si me atrevo a adelantar, que estamos ante una forma singular de describir la aportación de la mujer y la familia para sostener a este sector tan querido, desde los cimientos: la Familia; si, hace 60 años, las familias, fueron las protagonistas de excepción de este cambio, y la mujer, de forma callada y ardilosa la que ha dado tranquilidades ocultas para llegar hasta donde estamos sin saber por qué ha ocurrido; no con esto quiero quitar el protagonismo a los hombres, porque todos han formado parte de la cruzada: Todos, todos, lo hicieron porque no sabían que era imposible; pero en este libro por primera vez en la historia se hace referencia al valor de la mujer en este gran proyecto que es nuestra agricultura.

Y la guinda contemporánea del trabajo está en dos temas que ha afrontado con cada una de ellas y que van a ser sin duda, la nueva base para seguir construyendo nuestra agricultura de mimo y de valor: La sostenibilidad y la transformación digital. Dos conceptos que no se separan porque ambos van de la mano, por eso la autora además de compilar las experiencias y conocimientos de las 33 encuestadas, ha descrito de forma magistral como la transformación digital va a convertirse en la base estructura del modelo y de la sostenibilidad, no solo por la adopción de tecnologías de vanguardia, como hasta ahora ha hecho este campo, si no por el cambio cultura que nos viene de formas de hacer y de ser.

Gracias por demostrar que el trabajo con amor, lo puede todo.

# ÍNDICE

- 10 | **Lola Gómez Ferrón**  
Agricultora y empresaria agrícola en Clisol turismo agrícola
- 18 | **Margarita Martínez Guasch**  
Envasadora en Murgiverde
- 22 | **Rocío Sevilla Maldonado**  
Administrativa en Diosur
- 26 | **Almudena Alonso Rivas**  
Ingeniero técnico agrícola en Grupo La Caña
- 30 | **Bibiana Llombart Martínez**  
Consultora y fundadora en Talentis Selección
- 34 | **Mercedes García Puerta**  
Directora de producción en Eurocastell
- 40 | **Andrea Álvarez Manzano**  
Responsable de desarrollo de negocio en Unica Fresh
- 46 | **Ana María Alcázar Miralles**  
Letrada accionante del contencioso ACRENA, SAT
- 52 | **María José Cazorla González**  
Coordinadora de Máster Oficial en gestión de la actividad agroalimentaria, UAL
- 58 | **Ana Belén Gea Segura**  
Gerente de la Fundación de la UAL
- 62 | **Teresa García Muñoz**  
Presidenta del Colegio Oficial de ITA
- 68 | **María del Carmen Galera Quiles**  
Directora general del Centro Tecnológico de Tecnova
- 74 | **Francisca Iglesias Galera**  
Secretaria general Unión de pequeños agricultores y ganaderos (UPA)
- 80 | **María del Mar López Asensio**  
Diputada de agricultura 2015-2019
- 84 | **María Teresa Lao Arenas**  
Ingeniera agrónoma
- 90 | **Adelina Salinas Clemente**  
Directora comercial en ZOI agrícola
- 96 | **Esther Molina López**  
Agricultora

- 102 | **Josephine Cuadras**  
Gerente en Cuadraspania
- 108 | **Carmen Román Reche**  
Directora gerente en Crisara
- 114 | **Antonia Belmonte Mula**  
Consejera de control interno en Primaflor
- 120 | **Alba Martínez Pérez**  
Compliance y derecho corporativo en Primaflor
- 126 | **Cristina Reull Masutier**  
Responsable I+D+i en Primaflor
- 130 | **María Dolores Rodríguez Díaz**  
Responsable de personal y producción en Primaflor
- 136 | **Mariola Hidalgo Martínez**  
Directora general en Campos de Uleila
- 142 | **María Castillo Zamora**  
CMO en Wellsam
- 148 | **Julia Rodríguez González**  
Internacionalización en Inagroup Biotech
- 152 | **María López Fernández**  
Consejera Banco Crédito Social Cooperativo
- 162 | **María del Carmen Cardila Cruz**  
Crop marketing specialist en BASF
- 170 | **María Dolores Morales Vicente**  
Directora general y directora financiera Biosabor SAT
- 178 | **Marta Bosquet Aznar**  
Presidenta IFAPA
- 184 | **Paloma García-Galán San Miguel**  
Secretaria general técnica en Ministerio de agricultura, pesca y alimentación
- 190 | **Clara Eugenia Aguilera García**  
Vicepresidenta comisión de agricultura y desarrollo rural de la Unión Europea
- 196 | **Ismahane Elouafi**  
Chief-scientist Food and Agriculture Organization (FAO) of the United Nations
- 201 | **Reflexiones**
- 201 | La grandeza de la humildad
- 203 | El lobby familiar en un desierto fértil
- 207 | Desarrollo sostenible y digitalización, una cuestión de cultura capaz de transformar el mundo
- 214 | Agricultura: vida y futuro



**D**<sub>M</sub> | *“Todo es cuestión de capacidad  
y los límites los ponemos las personas”...*

# Lola Gómez Ferrón

Agricultora y empresaria agrícola en Clisol turismo agrícola

Edad: 54 años

Nivel de estudios: Graduado escolar

—

Empresaria agrícola.

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

Nací en 1966 y aunque recuerdo levemente estar ya entre las cajas con dos o tres años, es en el año setenta, cuando con cuatro años, recuerdo al detalle, cuando mi padre levantó el primer invernadero, y la impresión que me causó y que aún revivo, la colocación de la lámina de plástico. Desde ese momento hasta hoy.

### ¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?

Me remonto a los quince años, edad a la que empiezo a trabajar de día y a formarme de noche, participando en foros agrícolas a nivel interno para atender a mi propia demanda de conocimientos, en cuanto a cultivos y técnicas se refiere.

Es a través de esta formación recibida durante los siete-ocho años posteriores en los que comienza a cambiar mi visión del sector y a

sufrir una fuerte evolución que culmina a mediados-finales de los años ochenta, cuando incorporamos el riego por goteo y empezamos a conocer de nutrición y de las necesidades reales de la planta. En la década de los noventa, vendimos la tierra de Balerma y adquirimos esta tierra en unas condiciones que nos obligaron a ir a cultivos sin suelo, circunstancia que marca un antes y un después.

Es a mediados de esta década de los noventa cuando empezamos a tomar contacto con el control integrado y a ser conscientes del problema que se deriva del uso de químicos. Así hice mi primera formación en esta área en el año 1994.

En los dos años posteriores decido hacer un parón personal en mi trayectoria profesional, para atender a mi condición de madre de mellizos, incorporándome en el año 1997, año en el que comienza mi verdadera transformación hasta el año 2000 en el que comienzo a ser plenamente consciente del problema de imagen del que adolece el sector, especialmente con las problemáticas de los químicos y de los residuos y, por tanto, de la imperiosa necesidad de cambio.

A partir de este momento y, hasta el año 2006 comienzan los años más difíciles de mi carrera profesional. Es en este período cuando comienzo a desarrollar el turismo agrícola con unas primeras visitas con carácter netamente testimonial.

El año 2001-2002 fue fundamental. Durante este año hice dos cursos de 500 horas a través de la Escuela de Organización Industrial. El primero de ellos de emprendimiento empresarial, que supuso un gran esfuerzo al no existir estudios de mercado relacionados con mi actividad. El segundo curso era de consolidación, lo que me permitió conocer los fallos que estaba cometiendo en la constitución de mi negocio.

El primer y gran error era el centrar la visita desde el punto de vista agro puro duro y duro, y no empatizar con mi interlocutor, no siendo consciente que el primer límite era el lenguaje técnico empleado.

En este tiempo conozco a una chica francesa especializada en marketing turístico, quien me hizo ver que tenía que hacer un auténtico ejercicio en el discurso a los clientes. Este objetivo lo alcanzo a fuerza de visitas guiadas gratuitas a gente no vinculada con el sector. Alcanzado este objetivo, decido dar un paso más y llegar al sector pedagógico, entrando en el año 2003-2004 al tema de visitas guiadas para los colegios.

En este momento, tengo gran ayuda de mi hermana especializada en educación infantil y adaptamos nuestro discurso a los temarios y planes de estudios fundamentalmente de quinto y sexto de primaria en los que se avanza en el conocimiento de la fotosíntesis. Nuestro mayor hándicap con los colegios era mantener la atención durante dos horas de niños de dos a doce años. Para ello, tuve que formarme en cómo hablar en público, asistiendo, como oyente,

a la formación organizada en distintas instituciones y cooperativas del sector.

Entre 2002 y 2007 fueron años de tocar puertas en el sector turístico, de situarme y de conocer en profundidad cómo funcionaban las cosas en ese sector. Fueron años muy duros.

Despegué a partir de 2007 cuando un operador austriaco MTS, Mediterranean Travel Services contrató mis servicios a través de una agencia de Roquetas de Mar. Fue un antes y un después que nos llevó a mejorar muchas cosas, estableciendo grupos de personas de cincuenta máximo y sentados, algo que no se concebía hasta el momento y que me obligó a desarrollar sendos protocolos a todos los niveles

Fue una operativa maravillosa. Recibíamos diez autobuses al día. Entre 2.100 y 2.250 personas por semana. El primer año 9.500 personas y el segundo 12.000 y todas ellas en cuatro semanas, entre los meses de abril y mayo. Todo ello organizado con un timing perfecto que se cumplía escrupulosamente.

Siempre con los mismos guías acompañantes y yo coordinando los grupos a los que esperaba en la cata final de degustación. Así, en la última semana llegué a realizar dos tours en alemán, aprendiendo palabras y tecnicismos que todavía recuerdo. Algo anecdótico que los clientes valoraron mucho.

A día de hoy, después del covid, sigo aprendiendo porque me doy cuenta de que nada ha cambiado y la gente disfruta tanto que no repara con el calor dentro del invernadero que va con la mascarilla puesta. Preguntan, comentan, siguen estando habidas de formación y conocimiento. Haciendo un símil continuo con la vida nuestra, como nosotros vivimos.

Te das cuenta de que cada día es más necesario lo que estamos haciendo, no solo para el sector, sino por la necesidad que tiene la sociedad de que alguien les pare, les baje al suelo y les haga ver cosas sencillas. Con la tecnología estamos dejando olvidar muchos valores básicos.

Es tal el levantamiento de cejas de los clientes, a través de las mascarillas, que creo que es esencial lo que estamos haciendo. Ese sigue y no pares que transmite su mirada. Esos gestos, hacen que este trabajo merezca la pena.

### **¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?**

Me cuesta mucho contestar a esta pregunta. A bote pronto no, pero no es cierto. Ahora no encuentro barreras porque tengo un lugar y me tienen en consideración. Tengo todas las puertas abiertas allá dónde voy. Cuando no me conocía nadie tenía la sensación de ser la friki del sector, con un ego brutal y el ombligo del sector en Almería.

Ese era mi sentir, un sentir transmitido. Si esta idea la hubiera puesto en marcha una empresa de las grandes del sector, con un hombre del sector, se hubiera valorado muchos desde sus comienzos.

Soy muy valorada por instituciones públicas y privadas. Me ha costado mucho que se me valore en una justa medida, pero si a la cabeza del proyecto hubiera habido un hombre, el apoyo y la visibilidad hubieran sido muy superiores.

Echo de menos que relacionándome mucho como lo hago a nivel de Gobierno y de Administración Pública, conociendo mi know-how, mi trabajo y mi capacidad nadie me haya dicho Lola vamos a caminar juntos, Lola contamos contigo.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

A nivel personal y en el ámbito privado, mayor complicidad del hombre en el hogar. Es necesario cambiar mentalidades más de la mujer que del hombre y trascender del ámbito personal al profesional.

### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?**

Demostrar que da igual ser hombre o mujer, que todo es cuestión de capacidad y que los límites los ponemos las personas

## **SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR**

### **Fortalezas del sector**

—

#### **Empresa familiar**

La familia y los valores que imprime es el mayor valor que tiene el campo almeriense. Un campo que gracias a ese valor fue capaz de pasar de ser la provincia con mayor nivel de analfabetismo y de pobreza de España tras la guerra, a ser primera potencia mundial a nivel hortofrutícola. Es ese valor de familia lo que ha generado ese arraigo a la tierra.

—

#### **Innovación**

El valor del campo almeriense no sólo radica en la excelencia de su producto sino en la capacidad de haber desarrollado una industria auxiliar de primer orden derivada de la actividad agrícola y cuyos puntos fuertes son el plástico, el agua, el control de calidad y el control biológico.

### — **Plástico**

Uno de los mayores aprendizajes de estas entrevistas y, que más me ha sorprendido, a nivel técnico, pues a nivel humano el aprendizaje ha sido total, ha sido la bonanza y la técnica que hay detrás del tan demonizado plástico, bajo el que Lola me muestra como confluyen historia e innovación. Me habla de aspectos claves como su termicidad, su poder difusor de la luz o de sus elevados niveles de concentración de oxígeno, que hacen del invernadero una de las herramientas más descontaminantes de las que disponemos.

Me ilustra la investigación pionera y puntera que hay detrás del plástico y como ese mar de plástico que vemos desde el cielo y que en sus orígenes fue un cortaviento hoy es investigación y ciencia. Me ilustra cómo no es lo mismo hacer un plástico de 16 hilos que de 20, como en 20 pasa el tan deseado viento por el agricultor (cuestión esta del viento que también me ha llamado poderosamente la atención por puro desconocimiento) pero también lo hace la tuta.

Me explica el porqué del blanqueo durante los meses de marzo y de abril y las consecuencias inmediatas de esta técnica, que hacen que en el poniente almeriense suba la temperatura medio grado en veinticinco años mientras, que ha subido dos grados en el mundo entero.

Así La Despensa de Almería, con la confluencia del viento que permite al agricultor mayor producción y de mayor calidad, el plástico y la técnica del blanqueo, se convierte en una microamazonía por el primero y en una microantártida por el segundo. De esta manera, el viento evacúa en el invernadero una cantidad de oxígeno de 140 partes por millón de dióxido de carbono por debajo del resto del mundo.

### — **Agua**

Es uno de los grandes hitos de la agricultura almeriense que ya desde el año 1988 instaura el sistema de riego por goteo, que es asumido por la práctica totalidad de las fincas. Si bien, asistimos a un logro aún mayor con la recirculación del agua de riego que se reconduce a una balsa subterránea y el ordenador en función del cultivo y de sus necesidades hace una combinación de agua limpia y reciclada a la que va incorporando los niveles de nutrientes que la planta demanda. Hablamos nuevamente, del desarrollo de una gran tecnología.

### — **Control biológico**

Respecto al control biológico dedico una jornada completa invitada por Lola y desde aquí animo a quién lea estas líneas a participar en una de estas maravillosas visitas que, entiendo del todo necesaria pues, en primera persona confirmo la existencia de un antes y un después, así como un profundo cambio de la visión de este apasionante sector.

## **Debilidades. Problemas**

### **¿Qué cambiarías del modelo actual?**

La mayor debilidad es la distorsión mediática del campo almeriense que lleva la imagen al consumidor de una producción bajo plástico mantenida por una inmigración prácticamente ilegal.

Es esta economía sumergida la que permite la subsistencia del campo hoy día, cuestión esta que me inquieta sobremanera pues, esta economía sumergida unida a la falta de formación y al elevado poder adquisitivo hacen del campo lo que coloquialmente se denomina “una bomba

de relojería”. Es quizá uno de los problemas más graves que afronta nuestra agricultura por falta de concienciación del agricultor.

Otro gran problema es la falta de concienciación respecto a los residuos. Tengo gravísimos problemas cuando vienen los grupos a visitar Clisol, cuando el camino de El Ejido a Almerimar se convierte en un vertedero nocturno de biomasa y, digo nocturno pues es cuando el agricultor aprovecha para verter sus residuos fundamentalmente vegetales. Se unen la falta de concienciación del agricultor, con la falta de tratamiento del residuo por parte de las empresas que lo gestionan y la falta de inspección administrativa en el cumplimiento de la norma.

Tal es el problema que, cuando tengo visitas concertadas con holandeses, alemanes, asiáticos, mejicanos, etc. tengo que hacer una llamada directa a Alcaldía solicitando la retirada y limpieza del camino, aunque sea de manera momentánea para cuidar la imagen que se ofrece al visitante, no de Clisol, sino del campo, pues es ésta la que se lleva y transmite y atañe lógicamente a todo un sector.

El problema no es tanto la gestión del residuo, como su falta de tratamiento, cuando la realidad muestra como muchos se vierten en los fluviales o como se depositan en las ramblas a su suerte, produciéndose “fortuitos” incendios con cierta periodicidad.

Es lamentable que, siendo un sector tan sostenible y que puede llevar tan a gala esta sostenibilidad a través del control biológico o de las certificaciones, con carta blanca, de la norma ISO 17025, miren a otro lado, el agricultor, la Administración y la empresa gestora, en el reciclaje y tratamiento integral de recursos. Estamos, por tanto, ante un camino de largo recorrido.

### **¿Crees que el producto almeriense tiene valor añadido?**

Sin duda alguna el producto agrícola almeriense es de gran valor añadido, pero, afrontamos de antaño el hándicap de que nosotros somos quienes no le damos ese valor, ni invertimos en dárselo.

Adolecemos de esa imagen y de ese marketing tan necesario hoy día. Si bien en esta línea sí debemos reconocer esfuerzos empresariales como el que está realizando Unica Group, abriéndose a otras cooperativas y a otras empresas, haciendo lo que llamamos economía social.

### **¿Crees que la agricultura almeriense ha sido innovadora?**

La agricultura almeriense no sólo ha sido pionera, sino que ha alcanzado un gran hito. El hito de pasar de ser una agricultura familiar netamente de subsistencia hace 56 años cuando Paco el Piloto cultivó por primera vez con plástico, en una Almería dónde la estampa familiar la constituía una familia que se transportaba al completo en una sencilla Mobilette y en la que la familia al completo, niños incluidos, dedicaban toda la jornada al campo. Llegada la noche, continuaban con la tarea en el hogar, tarea a la que se incorporaban los abuelos limpiando pieza a pieza con un trapo.

De esta escena tan ilustrativa nos trasladamos a julio de 2017, cuando la FAO define la agricultura almeriense como una agricultura SOSTENIBLE, FAMILIAR y de FUTURO.

El gran orgullo de nuestra agricultura reside no sólo en haber logrado un modelo sostenible y de futuro sino en la industria auxiliar desarrollada en torno a ella y, muy especialmente la tan desconocida industria del plástico.

A día de hoy, el gran reto, complejo, es pasar de una agricultura familiar a una de gestión de empresas. Pero, este reto no está exento de riesgos. Así lo está demostrando el reciente desembarco de cuatro grandes fondos de inversión.

Si bien el negocio puede resultar interesante desde el punto de vista económico, es complejo desde el punto de vista de la gestión pues olvida la peculiaridad del almeriense y de su agricultura que no se puede deslindar de la actividad. La agricultura no es una actividad ni aséptica ni objetiva.

**¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tiene fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisorio a nivel internacional?**

Desgraciadamente la respuesta es negativa. Estamos totalmente atomizados, con un planteamiento erróneo en cuanto a la unión y a la cooperación. En sus inicios se comienza a cooperar creando y adquiriendo grandes instalaciones y maquinaria, en lugar de aunar esfuerzos para definir objetivos comunes y reducir costes, por lo que en el momento en que el Gobierno Andaluz ha suprimido la financiación, se ha comenzado a sentir la ociosidad de las instalaciones.

Si no hay unidad, siendo la base de la agricultura almeriense la empresa familiar, no hay peso ni fuerza suficiente para incidir en los mercados y en los precios.

Es la falta de formación, desde mi punto de mi vista, uno de los factores claves de la atomización que sufre el sector y de la falta de comprensión o de calado del mensaje de que “la unión hace la fuerza” y de la necesaria

evolución del sector hacia un modelo de asociacionismo y/o cooperativismo, como fórmula ideal para poder romper con la tendencia de este sector y la paradoja de que un sector, potencia mundial en su área, no tenga peso, ni fuerza, si voz pero no voto en las instituciones y organizaciones a nivel internacional.

Una falta de formación que lleva al agricultor a focalizarse en el objetivo a corto plazo de conseguir precio, más que al objetivo de evolución, de sostenibilidad, de anticipación y desarrollo a medio y largo plazo.

## FUTURO DEL SECTOR

**¿Cómo afronta el sector la necesaria transformación tras el covid-19 (e-commerce, diversificación, digitalización, etc.) y la salida de Reino Unido de la UE?**

No creo que el Brexit plantee un nuevo escenario de gran trascendencia toda vez que Reino Unido nos sigue necesitando en invierno. Además, hay empresas como Vicasol, que han sabido adelantarse a los acontecimientos y crear ya una empresa en Reino Unido. No hemos de olvidar que el mercado inglés es un mercado de nichos y de valor añadido. Son productos de alto valor añadido vendidos por empresas muy profesionales en la que creo que la pérdida y la incidencia son mínimas.

En cuanto al covid-19, el temor estriba en tener un positivo, por el precinto inmediato de la instalación y la necesaria contratación de personal que sustituya con inmediatez al confinado. Creo que el covid-19 debería cambiar el sector, pero no vamos a conseguirlo. El mundo mediático ha resaltado la labor

de los productores en este tiempo. Pero el sector ha estado tan preocupado en protocolos y medidas preventivas y en seguir manteniendo la rentabilidad, que no ha sabido ver la gran oportunidad que suponía el valor esencial que se estaba transmitiendo.

Mi conclusión pasa por el deseo de que la gente con capacidad y poder en la toma de decisiones tanto a nivel político, como a nivel de Administración y empresarial tenga mucha más asertividad, empatía, sentido común, nobleza y sencillez a la hora de tomarlas.



*“La principal fortaleza del sector  
es el agricultor”...*

# Margarita Martínez Guasch

Envasadora en Murgiverde

Edad: 40 años

Nivel de estudios: EGB

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

Llego al sector en diciembre del año 2000. Era demandante de empleo y, como muchas, presenté mi solicitud para trabajar como envasadora en la empresa Murgiverde. Me seleccionaron y empecé casi de inmediato a trabajar. Estuve los quince primeros días de prueba y, superados esos días me contrataron hasta fin de campaña. Tuve ese tipo de contrato hasta el año 2004 en que me contrataron como fija discontinua.

### ¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?

Ha sido una evolución muy buena, pero me he mantenido de manera totalmente lineal como personal de manipulado, envasadora, sin ningún tipo de alteración en mis funciones por decisión tanto personal, pues no he tenido ni la necesidad ni la inquietud de asumir más responsabilidades, que hubiera tenido, indudablemente, que asumir de haber progresado a jefa de línea, como por decisión profesional, pues la empresa en ningún momento me ha ofertado esa posibilidad de promoción.

No obstante, de haber sido así no la hubiera aceptado. Trabajo una jornada laboral de 9 horas en jornada completa y 5 horas en reducida de lunes a sábado.

### ¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?

No he encontrado barreras de acceso al sector porque soy mujer que accede a una sección del sector, la del manipulado, totalmente feminizada. También he de decir que cada día estamos recuperando un compañerismo respecto a los mozos mucho mayor, que se había ido perdiendo. No obstante, el mozo no atiende a una petición de la envasadora, por el hecho de ser mujer, sino es a través de la jefa de línea, que es su mando superior. De hecho, en ocasiones, tenemos mucho más competitividad entre nosotras por querer demostrar frente al hombre.

No obstante, si bien es verdad que en el acceso al sector no he encontrado barreras, esas barreras de género si existen y son claramente manifiestas respecto a los mozos en materia salarial pues, seguimos cobrando menos y ello lo fundamentan en el hecho de que el mozo tiene que hacer más esfuerzo físico cuando, la realidad es que, no sólo tenemos las mismas condiciones laborales en jornada y horario, y

la misma cualificación requerida, sino que en muchas ocasiones hemos hecho el trabajo del mozo, y sin carretilla ni traspaleta.

La mujer es capaz de hacer el trabajo de envasadora y de mozo, y respecto a la capacidad física, yo personalmente he estado moviendo hasta 5.000 kilogramos, dependiendo de la campaña, por día y media.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

Una mejor organización del sector y sobre todo de las funciones en determinadas secciones y, sobre todo un mayor apoyo por parte del hombre a la mujer, comprendiendo las capacidades que tiene la mujer y lo que es capaz de aportar, dejando de lado tanto machismo del que adolece este sector. Es casi una cuestión de la cultura del campo.

### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?**

La agricultura almeriense es una agricultura familiar y, la mujer siempre ha estado al pie del cañón. La mujer ha ido evolucionando, aprendiendo a realizar las labores del campo sin depender del hombre. De hecho, hay muchos invernaderos, especialmente los más pequeños, de una o dos hectáreas, que subsisten gracias al apoyo y al trabajo de la mujer del agricultor.

Que la mujer tiene un papel esencial en la agricultura almeriense, se pone también de manifiesto en la feminización del manipulado y envasado, tarea fundamental para poder dar salida al cultivo del invernadero. En mi empresa todo somos mujeres, cerca de 200 mujeres y ni un solo hombre envasador. A día de hoy, se ha establecido bien la diferencia entre envasadora y mozo pero nos ha costado mucho tiempo.

## **SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR**

### **Fortalezas del sector**

Para mí la principal fortaleza del sector es el agricultor. Si al agricultor no existiera no existiría el trabajo de la envasadora y, desde ahí el de toda la cadena alimentaria. De ahí que la segunda fortaleza del sector hortícola sea precisamente el que es fuente de creación de empleo. Finalmente, este sector es capaz de poner su producto en cualquier punto del mundo, así destina a la exportación más del ochenta por ciento de su producción, números inalcanzables por otros sectores de producción.

### **Debilidades. Problemas**

#### **¿Qué cambiarías del modelo actual?**

Desde mi punto de vista, dos son las debilidades, a saber:

El agricultor está expuesto a un riesgo no controlable que son los virus y las plagas que, de producirse, le pueden llevar a perder la campaña.

Los precios no son controlados por el agricultor sino por el supermercado lo que puede llevar al agricultor a no cubrir costes. Del beneficio obtenido esta campaña depende en gran medida la actividad del agricultor en la siguiente, ya que antes de comenzar la campaña el agricultor tiene que incurrir en costes muy elevados como lo son los de estructuras o los propios de las semillas.

#### **¿Crees que el producto almeriense tiene valor añadido?**

Por supuesto que sí. El valor añadido es el mimo y el cuidado del agricultor respecto de su cultivo, con su recogida en su punto óptimo y,

cumpliendo todos los requisitos de calidad que no cumplen los productos de países terceros. Ese mimo es el que da la confianza al consumidor y lo fideliza.

**¿Crees que el campo almeriense es innovador?**

Los invernaderos ya no son lo que eran. Hoy día ya puedes entrar con la carretilla y la traspaleta y eso facilita mucho el trabajo. Otros puntos de innovación los encontramos claramente en el uso del agua y, muy especialmente, en la recogida del cultivo. Almería es una provincia en constante evolución y crecimiento y, la agricultura es un sector en permanente adaptación.

**¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tienes fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisorio a nivel internacional?**

No contesta.

## MEDIOAMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE

**¿Qué se ha hecho bien en este ámbito?**

Fundamentalmente el uso eficiente del agua, aunque también estamos tomando conciencia del reciclaje del plástico, pero nos queda mucho por aprender.

**¿Cuáles son las tareas pendientes y/o problemas a resolver?**

Sin duda el plástico. Es necesario reciclar. Que desarrollemos esa cultura del reciclaje, que el agricultor que genera tanto residuo en

su invernadero de verdad recicle y que la Administración lo apoye y controle.

## FUTURO DEL SECTOR

**¿Cómo afronta el sector la necesaria transformación tras el covid-19 (e-commerce, diversificación, digitalización, etc.) y la salida de Reino Unido de la UE?**

Ha sido una época muy dura en la que se ha trabajado muchísimo, teniéndonos que adaptar sobre la marcha a las circunstancias y a las novedades del día a día. Los principales cambios se han sentido en la organización interna del trabajo. El covid-19 ha dificultado y ha ralentizado considerablemente los tiempos, especialmente por la distancia de seguridad que ha hecho que por ejemplo no se pueda dar la coincidencia de dos camiones en paralelo en el almacén, lo que duplica los tiempos de trabajo, a la par, que la necesidad de desinfección permanente. No creo que estos cambios hayan venido para quedarse, volveremos superado el covid-19, a la verdadera normalidad.

Respecto a los otros aspectos, la digitalización ya estaba instaurada en el sector, en la recogida, en el control del agua y del cultivo. El comercio electrónico sí que existía, pero si bien es verdad que no con el desarrollo que una situación así requiere por lo que ese desarrollo si se establecerá con carácter permanente.

Quiero ver una mujer fuerte. Queremos aprender y que nos enseñen. Poder convivir y tener mucha comunicación. Que seamos una alternativa a la opinión y a la decisión del hombre. Que tengamos la misma oportunidad de decidir. Que no nos desechen a priori por el hecho de ser mujer.



**D** | *“El mimo y la dedicación que nuestros agricultores dan al cultivo debería ser reconocido”...*

# Rocío Sevilla Maldonado

Administrativa en Diosur  
Edad: 28 años  
Nivel de estudios: Máster Oficial

—  
Responsable de facturación de clientes nacionales, comunitarios y extracomunitarios. Contacto directo con los proveedores de algunos materiales y contacto con el jefe de almacén para atender sus necesidades de aprovisionamiento.

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

Llego al sector en el año 2017, por una compañera de la carrera para hacer una sustitución de baja por maternidad. Finalizada la sustitución me renuevan el contrato y permanezco en la empresa hasta un total de dos años, año 2019, cuando dejo voluntariamente la empresa para continuar mis estudios, cursando un Máster Oficial, específico del sector, con el que me es imposible compaginar por incompatibilidad horaria.

### ¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?

En cuanto a la asunción de funciones en sentido estricto, siempre he tenido un progreso lineal, es en su desarrollo en el que he ido progresando paulatinamente, ganando confianza en mi puesto y, de esa manera, ganando confianza en la toma de decisiones, lo que hizo que poco a poco delegaran en mi cada vez más su adopción.

### ¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?

No ninguna. Muy al contrario, el departamento de administración está compuesto por mujeres en su totalidad, los técnicos de campo son todas mujeres y los comerciales son dos hombres. De hecho, durante los dos años que he trabajado en el sector, con pocos hombres he tenido que tratar, pues mi trabajo era puramente administrativo, y esta esfera del sector está prácticamente copado, diría en un ochenta por ciento, por mujeres.

### ¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?

La mujer tiene participación, pero no tienen visibilidad. En mi entorno personal tengo muchas mujeres que trabajan en el sector. Es necesario darle reconocimiento a su labor, organizando eventos de distinta índole, conferencias etc. hay que romper el techo de cristal de las grandes direcciones donde hay un vacío casi total. Es una cuestión de cultura y herencia. Las escuelas de negocios han estado siempre perfiladas por hombres. Habrá que esperar a un cambio generacional.

## ¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?

Yo siempre he dado lo mejor de mí y eso ha hecho que todo funcione. He ayudado a la empresa a que siga creciendo a ser eficaz y eficiente en su desarrollo. Es una cualidad intrínseca de la mujer. “Cuando comuniqué a la empresa que cursaba mi baja fue un poco un drama para mis dos jefes”, dos jefes-hombre, de hecho, me pidieron la compatibilización con el Máster, pero no era factible tal situación.

## SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR

### Fortalezas del sector

Varias son, desde mi punto de vista, las fortalezas del sector:

—

La gente está muy formada sobre los cultivos y todo lo relacionado con la actividad agraria, y pienso que a mayor conocimiento más rendimiento se puede sacar a la tierra y al cultivo.

—

Se ha logrado un aumento de la productividad agraria, gracias a la mayor tecnificación.

—

Mayor cooperativismo que le da fuerza al sector.

—

La primerísima calidad del producto almeriense.

—

Finalmente, la vocación exportadora que tenemos que hace crecer al sector al no existir la limitación geográfica al ámbito nacional.

### Debilidades del sector

Las debilidades del sector son claras. El no saber generar el valor añadido a nuestros productos. El depender del mercado a la hora de la fijación de precios y no tener autonomía de gestión. Hemos de buscar y encontrar la forma de dar el valor al producto. Cualquier país tercero que no producen en igualdad de condiciones como por ejemplo en las medidas fitosanitarias, laborales... a las que nosotros hacemos frente nos está ganando la partida. Tenemos que saber diferenciarnos.

Crear una imagen fuerte de España a través de una marca que nos identifique con calidad para evitar que se reproduzcan situaciones como la vivida con la “crisis del pepino”. Que una noticia de una partida (no contrastada) no pueda hacer caer una campaña e incluso un sector. Somos el motor de la economía de una provincia y hemos de ponerlo, necesariamente, en valor. Hay que mostrar al consumidor cómo llega el tomate al lineal, soy de Berja, zona de agricultura y el mimo y la dedicación que nuestros agricultores dan al cultivo debería ser reconocido. He aprendido viendo cómo se trabaja.

Finalmente apuntaría a un tema cultural o quizá de error de concepto. Tradicionalmente se tiene una visión de lo agro como algo primario y que carece de formación, conocimiento, cuando no es así, y lo continúan haciendo los medios de comunicación dando una imagen del sector que asocia y reduce el campo y lo agro a la materia prima, al campo y al pueblo, obviando la tecnología, la inversión y la estrategia empresarial que se configura en el trasfondo del sector. Es un sector pilar fundamental de la economía y se sigue relacionando con un nivel básico de cualificación y eso, es un obstáculo con el que seguimos teniendo que lidiar.

### ¿Crees que el campo almeriense es innovador?

Sin duda, porque es un sector con una capacidad increíble para adaptarse a cualquier novedad e innovación, manteniendo un modelo tradicional. Se superan continuamente. Un claro ejemplo lo encontramos en la domotización de los sistemas de riego o en la mecanización de la recolección. Además, cada campaña siempre surge algún producto innovador como la sandía kisy, o las hortalizas mini.

Esto demuestra que es un sector que no se para ante nada y sigue adaptándose a los nuevos tiempos y cubriendo las nuevas necesidades que van surgiendo en el mercado, y si no son necesidades que surgen, son necesidades que nos crean a los consumidores.

### ¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tiene fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios, para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisorio a nivel internacional?

La agricultura almeriense si tiene el peso, pero no se lo dan. De hecho, si Almería dejará de producir Europa se quedaría desabastecida de determinados productos. De ahí que Almería sea conocida como la despensa de Europa, y que suerte de despensa. El sector es un sector que está dividido y los políticos no dan el apoyo reconocible que necesite el campo.

Tenemos unas circunstancias que apuntarían a dar un mayor peso al sector en su contribución a la economía verde que debe perseguir la ayuda para la recuperación de los más de 140.000 millones que España recibirá de los fondos europeos. Sólo con el tiempo veremos la inversión y la repercusión para la PAC y nuestro campo.

### ¿Cuáles son las tareas pendientes en medioambiente?

La gestión de los residuos de los invernaderos tanto plásticos como vegetales. No hay más que visitar un invernadero a la finalización de la campaña para tomar conciencia de la dimensión de esta tarea. Tres son los hándicaps que encontramos, a saber: coste, falta de conciencia y de cultura del reciclaje y desconocimiento de la existencia de puntos de recogida y su localización.

## FUTURO DEL SECTOR

### ¿Cómo afronta el sector la necesaria transformación tras el covid-19 (e-commerce, diversificación, digitalización, etc.) y la salida de Reino Unido de la UE?

El sector no tiene que hacer grandes esfuerzos en este sentido ya que aspectos como la digitalización, la diversificación o el comercio electrónico ya los venía haciendo como sector innovador que es transformación continua.

El sector, de hecho, dispone de grandes empresas como Hispatec que trabajan en apoyo permanente y servicio al sector.

Tenemos un sector fuerte, somos una potencia en explotación a la que le falta encontrar una forma de dar esa visibilidad y ese valor añadido que tenemos que alcanzar dando, inexcusablemente, su lugar a la figura de la mujer porque agricultura es pasado, presente y futuro.



**D**<sub>M</sub>

*“Esa vinculación familiar que hace que se concentre todo el esfuerzo en llevar todo lo mejor posible”...*

# Almudena Alonso Rivas

Ingeniero técnico agrícola en Grupo La Caña

Edad: 25 años

Nivel de estudios: Máster Oficial

—  
Asesoramiento técnico en cultivo bajo invernadero y aire libre y gestión de certificaciones.

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

Estudí el Grado en Ingeniería Agrícola sin ser ésta mi primera opción, casi por indicación familiar. Quería estudiar matemáticas y biología y encontré que este Grado era, en cierto modo, una fusión de ambas. Sin ser este Grado mi objetivo, conforme fui avanzando, fui descubriendo este campo y el gusto por el trato con el agricultor y la evolución del cultivo. Accedo, por tanto, al sector por la vía universitaria.

### ¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?

Por mi juventud, mi progreso profesional del sector ha sido total. Comencé a trabar en Grupo La Caña, hace tres años en prácticas extracurriculares. Al finalizar las prácticas estuve con un contrato de seis meses a cuya finalización, firmé un contrato indefinido.

Por tanto, “de no tener nada, he ido adquiriendo cada día conocimientos nuevos prácticos, adquiriendo cada vez mayores responsabilidades hasta ser, en tres años, la responsable de la

certificación holandesa ON THE WAY TO PLANET PROOF y teniendo una gestión completa de las fincas que asesoro, lo que hace que día a día crezca profesionalmente. Esta certificación holandesa busca la conservación del medio y una mayor concienciación por parte del agricultor, obteniendo un producto de mayor calidad, potenciando la lucha integrada y una gestión adecuada de los residuos.

### ¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?

No he encontrado barreras en sí por el mero hecho de ser mujer, pero si he detectado ciertas reticencias por razón de género de los agricultores de mayor edad, que están acostumbrados al hombre técnico.

### ¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?

Hay un avance significativo de la mujer bajo la perspectiva de mi empresa ya que, en la actualidad, hay un predominio del género femenino y cada vez hay un mayor número de técnicos, por lo que creo que se está normalizando la integración de la mujer. La mujer es más atenta, desciende más al detalle y tiene una mayor atención en el trato con el agricultor.

## ¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?

Ganar terreno en profesiones que antiguamente estaban visualizadas únicamente por la figura masculina y demostrar que la mujer puede realizar el mismo trabajo e incluso con mayor calidad.

## SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR

### Fortalezas del sector

La mayor capacidad del sector es, sin duda, la velocidad de adaptación del campo. Se presentan nuevos retos continuamente, es un sector en continuo cambio con la aparición de nuevos competidores y, sin embargo, siempre consigue demostrar la confianza, obtener un producto de calidad e innovar para ofertar al mercado y posicionarse favorablemente.

### Debilidades. Problemas

#### ¿Qué cambiarías del modelo actual?

Precios, mano de obra y gestión de residuos, son para mí las debilidades y principales problemas que afronta el sector. La Ley que garantiza no operar por debajo del coste es una Ley, a la fecha, totalmente inoperativa. Con precios del pepino a 0.20 € o a 0.60 € para el tomate es realmente complejo.

Respecto a la mano de obra es un coste de producción realmente alto. Los precios de los productos se mantienen ciertamente estables mientras que el coste aumenta con el paso de los años, sin ofrecer facilidad alguna al agricultor en la contratación. El agricultor se enfrenta a la escasez de la mano de obra autóctona por

lo que tiene que recurrir a la contratación foránea, pero encontrando una burocracia exagerada con largos plazos de tramitación para cortos períodos de contratación, como son las campañas.

En cuanto a la gestión de residuos, diría que este es el caballo de batalla del campo. Existen pocas plantas de reciclaje que no tienen capacidad para absorber el volumen de residuos que el campo genera, convirtiendo determinadas zonas en verdaderos estercoleros. Existen plantas de reciclaje, pero no es suficiente, son pocas y no son capaces de absorber todo el residuo.

Es necesario la creación de puntos de recogida de todo tipo de residuos, es decir, plásticos, productos de abono y fitosanitarios. Puntos con coste, pero un coste compartido Administración-agricultor o, un coste subvencionado.

En este sentido, flaco favor hace la ley en el tema de la responsabilidad ambiental por lo dilatadísimo de los plazos, que hacen que muchos agricultores aboguen por pagar la sanción una y otra vez y continuar la actividad en lugares, por los residuos, precintados.

El campo necesita, en definitiva, alguien que conozca realmente el sector, un técnico que conozca la realidad y gestione el tema. Alguien que analice la variedad de residuos que genera un invernadero, verificando cuáles se reciclan y cuáles no, solucionando la gestión de aquellos residuos que no son aceptados en ningún sitio.

#### ¿Crees que el producto almeriense tiene valor añadido?

Si, por esa vinculación familiar que hace que se concentre todo el esfuerzo en llevar todo lo mejor posible, buscando un plus de calidad al consumidor, cumpliendo todos los requisitos de calidad europeos y de seguridad alimentaria, de la que otros países carecen.

### ¿Crees que el campo almeriense es innovador?

Se ha innovado mucho y queda mucho por hacer, pero estamos muy estancados en la actualidad pues, el agricultor no quiere invertir más para ganar lo mismo. A día de hoy, por mi experiencia, no se están realizando grandes innovaciones directamente en campo para aplicarse al agricultor medio-pequeño, ya que se realizan innovaciones pero más desde el punto de vista de investigación. Los precios son muy bajos y no costean la inversión.

### ¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tiene fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios, para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisorio a nivel internacional?

En la actualidad todos los productos almerienses se están produciendo en países terceros mediterráneos a mucho menor coste, por lo que no tenemos capacidad de incidir en el precio. No estamos al nivel. A nivel institucional carecemos de la fuerza y de la unión necesaria lo que nos lleva a tener voz, pero no voto.

## MEDIOAMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE

### ¿Qué se ha hecho bien en este ámbito?

La lucha integrada por parte de las empresas y la mayor concienciación por parte del agricultor. Hay gran biodiversidad dentro del invernadero, fomentando las plantas autóctonas y reservorio que crean simbiosis entre los insectos buenos y nocivos para el cultivo, reduciendo la utilización de productos fitosanitarios, creando menos residuos en el género producido. El agricultor cuanto mayor es su juventud y su formación, más certificado e implicado está.

La incorporación de los restos vegetales a los cultivos y la creación de compost propios son grandes hitos. Junto a ello, no podemos de hacer alusión al uso optimizado del agua, recurso básico y esencial.

### ¿Cuáles son las tareas pendientes y/o problemas a resolver?

Creación de un plan almeriense de conservación del medio que obligue a los agricultores a crear en sus invernaderos una mayor diversidad con plantas, estableciendo, en función de la superficie del invernadero, un margen de plantación vegetal.

## FUTURO DEL SECTOR

### ¿Cómo afronta el sector la necesaria transformación tras el covid-19 (e-commerce, diversificación, digitalización, etc.) y la salida de Reino Unido de la UE?

El primero que necesita cambiar es el agricultor tradicional pues no es un agricultor digital. Necesita una adaptación inexistente a la nueva tecnología. Tiene que tomar conciencia de que su labor va ya más allá de coger género. Pero, no sólo es el agricultor quien tiene que avanzar sino también la empresa, pues el covid ha puesto de manifiesto las carencias de los programas informáticos y de gestión. Es necesario invertir en la recogida y la gestión de los datos.

Como conclusión diría que la mujer se está incorporando mucho en el sector. Hay cada vez más mujeres trabajando en la finca y hay un mayor reconocimiento por parte del hombre. Pero, la mujer tiene que seguir esforzándose mucho más que el hombre para alcanzar el mismo objetivo y, continúa teniendo que demostrar que vale.



**D**<sub>M</sub>

*“Toda persona tiene su talento específico”...*

# Bibiana Llombart Martínez

Consultora y fundadora en Talentis Selección

Edad: 47 años

Nivel de estudios: Postgrado

—

Consultora de recursos humanos.

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

En plena pandemia, concretamente el 3 de febrero y el 14 de marzo nos confinan. En aquél momento, tenía dos o tres clientes del sector agroalimentario y se daba la circunstancia de que estábamos inmersos en un proceso de selección. El sector agroalimentario, como sector primario que es, era un sector esencial, por lo que, paradójicamente en ese momento de inactividad casi total, empezó a crecer y comencé a hacer acción comercial desde casa a través, fundamentalmente, de LinkedIn contactando con gerentes de grandes empresas, y fruto de la recomendación y el boca a boca, sin pretenderlo, me fui especializando en el sector agro, que representa el noventa por ciento de mi carga de trabajo, desde almacenes hasta empresas de fertilizantes a nivel de multinacional. Fue una entrada por la puerta grande, analizando una gran variedad de perfiles y competencias.

Ahora bien, una cosa es lo que te piden y otra es lo que hay en el mercado, lo que me lleva a

hacer una gran labor de asesoramiento, pues, en ocasiones ese talento que buscan está dentro de la propia empresa y no se dan cuenta de la posibilidad de la promoción interna. Hago un análisis del personal, por ejemplo si es una plantilla muy joven un senior igual no encaja.

Analizo la empresa y la cultura de la empresa en profundidad. De hecho, me gusta trasladarme insitu y visitar la empresa, para explicar el proyecto al candidato pues cuanta mas información, más atractiva puede resultar la empresa por la oferta o incluso puedo llegar a asesorar a la empresa si la línea que persigue es errónea.

### ¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?

Mi progreso ha sido absoluto teniendo en cuenta que mis orígenes se encuentran en el sector de la construcción. He tenido un crecimiento exponencial de tres a setenta empresas, y ello gracias al trato personalizado y a la fidelización, pues todos mis clientes han vuelto a trabajar conmigo, y esa es la esencia. Es mucho más caro tener rotación y que circularice la información de tu empresa, que invertir en una empresa de selección de personal.

### **¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?**

Ninguna, al contrario, desde la pyme a las grandes empresas siempre me han tratado con respeto, y de hecho son ellos quienes me contactan y contratan.

No obstante, tengo que decir que, si bien no he tenido barrera de carácter personal, si se me han transmitido barreras limitantes en los perfiles que me solicitan, ya que para determinados perfiles piden solo hombres. Tanto esa así que, tengo una candidata buenísima que encaja de maravilla en la vacante de comercial pues, de hecho es directora comercial y la rechazan por género, y no es una empresa local, sino que la empresa es multinacional. Le he llegado a pedir que, por favor, la entrevisten porque se van a arrepentir y no han accedido.

La pyme se deja asesorar muchísimo y guiar de mi valoración del candidato.

Soy una facilitadora del trabajo de la empresa, vendiendo tiempo para que el proceso de selección no sea una carga adicional.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

Hablaríamos de dos grandes líneas, a saber: de un lado, que se realice el más que necesario trasvase generacional, y de otro, a partir de ciertos niveles de formación, se haga uso de potentes herramientas profesionales al alcance de todos como LinkedIn, generadora de oportunidades y de visibilidad. Pero por encima de todo, que la mujer tenga el deseo y la iniciativa de dar ese paso adelante, aunque siempre vendrá, como no podría ser de otra manera, determinado por las circunstancias personales y la empresa inicial de procedencia.

### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?**

Intento aportar y dar a mis clientes del sector el mejor talento, que se adecúe a las necesidades de la empresa, encajando con su cultura de empresa. Por ello, doy un periodo de garantía de tres meses y se ha hecho uso solo en dos ocasiones, y una de ellas fue una salida voluntaria del candidato.

## **SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR**

### **Fortalezas del sector**

Indudablemente somos la huerta de Europa. En cuanto a investigación, nuevas variedades de semillas, etc., destacaría el avance notable de la provincia y del sector, reseñando tanto el elevado nivel de implicación de empresas y personas, como el nivel de inversión que se realiza. Destacaría así mismo, el amplísimo desarrollo de la industria auxiliar, o de la propia trazabilidad que permite el seguimiento integral del producto y de su estado.

### **Debilidades. Problemas**

Desde el punto de vista estricto de la consultoría de personal, pues es donde desarrollo mi vida profesional, he de decir que, a cierta parte del sector, le cuesta asumir que una mujer pueda asesorar el cultivo, y para mí ello se configura como su mayor debilidad.

### **¿Crees que el producto almeriense tiene valor añadido?**

Es un hecho innegable el que la agricultura almeriense está reconocida a nivel mundial. Nos subimos a un avión y basta con ver la extensión dedicada a invernadero.

**¿Crees que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tiene fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios, para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisorio a nivel internacional?**

Creo que si somos capaces de marcar tendencia, y quizá, el ejemplo más ilustrativo lo encontremos en el I+D del área de las semillas. Pensemos también en la respuesta del sector en pandemia cuando hemos visto el poder de llegar, del transporte, etc.

## **MEDIOAMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE**

**¿Qué se ha hecho bien en este ámbito?  
¿Cuáles son las tareas pendientes y/o problemas a resolver?**

No formo parte del sector en cuanto actividad primaria, sino de servicios, por lo que no me atrevería a dar una respuesta con cierta consistencia al respecto.

## **FUTURO DEL SECTOR**

**¿Cómo te ha afectado la adaptación a la TD?**

Absolutamente en todo, trabajo todo online, acción comercial, contacto con cliente, entrevista de candidato e informes, salvo las entrevistas con el cliente que siempre son presenciales.

De hecho, la TD es lo que me ha permitido aterrizar en el sector y consolidarme. Me ofrece flexibilidad en lugar, tiempo y persona candidata.

### **Futuro y sostenibilidad**

Todo el que se quiera y se pueda y nos dejen aprovechar, es decir, facilidades para su ejecución.

Cada una de las personas que forman parte de este sector desde el peón al CEO, todos suman, todos tienen su papel, y todos somos importantes.



**D** | *“La perspectiva de mujer aporta el sentido familiar, esa responsabilidad, esa condición femenina que no debemos perder nunca”...*

# Mercedes García Puerta

Directora de producción en Eurocastell

Edad: 55 años

Nivel de estudios: Magisterio

—

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

Estudí la carrera de Magisterio y preparé oposiciones que no aprobé. Así que con 23-24 años entré a trabajar en la empresa familiar, junto a mi padre y mis dos hermanos mayores, Miguel y Antonio. Comencé llevando toda la administración de la empresa.

Por aquél entonces, la empresa no estaba departamentizada y existía un departamento único en el que se concentraba toda la actividad y la administración de la empresa. Era la responsable del trato con los agricultores, las liquidaciones y las facturaciones.

### ¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?

Trabajé durante años en administración. Fui madre y, cuando mis hijas cumplieron 10-11 años, y fueron autosuficientes, coincidiendo con la expansión de la empresa y la creación de nuevos departamentos, decido tener una mayor implicación y adquirir mayores responsabilidades, asumiendo en ese momento el

tema de calidad, y con el tiempo y durante años, la dirección del departamento de recursos humanos y producción en la empresa Miguel García Sánchez e hijos, S.A, empresa del Grupo La Caña.

La empresa sigue creciendo, el departamento de recursos humanos y producción se estructura en dos departamentos, dirigiendo desde hace quince años, hasta la fecha, el departamento de producción, bajo la supervisión de un director general. Labor que desde septiembre de 2019 desarrollo en Castell.

### ¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?

Encontré barreras al incorporarme como directora del entonces departamento de recursos humanos y de producción. Era un área que no conocía pues provenía de realizar labores puras de administración. Tenía que ir aprendiendo poco a poco de la gente con la que estaba trabajando, jefes de almacén y de línea, que hacían que me tuviera que esforzar más por el mero hecho de ser mujer.

Me sentía vulnerable al no conocer bien el terreno que pisaba y me basaba mucho en la opinión de las personas con las que trabajaba.

Me sentía un poco débil por el hecho de ser mujer. Así, en temas, por ejemplo, mecánicos y de organización me costaba mucho más que valoraran mi opinión que si lo comentaba un hombre.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

Cada vez la participación de la mujer es mayor y va desarrollando su trabajo a todos los niveles, pero la dirección de cada departamento cuesta. En cierto modo creo que la mujer tiene también su parte de culpa desde que la mujer decide, por sí misma, limitarse para atender circunstancias personales obvias. Así, nuestra plantilla de manipulado la conforman más de cien mujeres, de las que entre sesenta y setenta están acogidas a una reducción de jornada, que representan el cuarenta por ciento de las fijas discontinuas.

No es factible la aplicación del plan de igualdad desde el momento en que el hombre no pide la reducción de jornada. Cuando hablo de esa autolimitación, me refiero a la asunción natural de la mujer de su rol de mujer y de madre, de solucionadora de situaciones y problemas. Si un niño se pone malo, es la mujer la que solicita un permiso de la empresa y no el hombre, cuando la realidad es que ambos son padres y ambos se encuentran trabajando.

En este sentido, hemos de cambiar esta tradición ancestral y la mujer, por un lado, tiene que aprender a delegar en el hombre y, el hombre, por otro lado, tiene que asumir labores desempeñadas tradicionalmente por la mujer.

Las mujeres de mi época hemos trabajado como hombres fuera del hogar y como mujeres dentro. Pero, hoy día la mujer ya no se siente en la obligación de hacer las dos cosas.

Van a poder decidir ellas y eso es un gran avance de la juventud.

### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?**

La mujer está cogiendo mucha fuerza en todos los ámbitos. Hay muchas agricultoras en el sector que llevan su finca y su familia. La mujer que siempre ha trabajado en el campo y siempre a la sombra del hombre, hoy día está al nivel.

La perspectiva de mujer aporta el sentido familiar, esa responsabilidad, esa condición femenina que no debemos perder nunca. Hay cualidades propias de nuestro rol de mujer como es el detalle, el trato, la cercanía, la empatía o el valor añadido para la comercialización, que son un plus de valor para cualquier empresa. De hecho, en nuestra empresa la mayoría de las personas de comercialización, atención al cliente y técnicos agrícolas son mujeres.

En Grupo La Caña cada persona ha llegado a su puesto por su cualificación y capacidad, con total independencia de su sexo. El hombre es más agresivo, la mujer es más constante y consigue mayor fidelización del cliente.

## **SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR**

### **Fortalezas del sector**

Calidad de los productos. Es un sector en continua evolución por exigencia del mercado y del consumidor, generando una actividad que hace que la agricultura sea el motor de esa economía desde semillas, fitosanitarios, etc., hasta el desarrollo de

toda la industria auxiliar del sector. Las empresas hortícolas de Almería son empresas que siguen apostando por la agricultura de la zona buscando la mejora constante del producto de calidad y competitivos dando un valor alternativo a zonas como Marruecos.

Seguimos invirtiendo, asegurando calidad, ecología. No nos quedamos dormidos. Somos solucionadores de problemas. Empresa y agricultor van de la mano y eso permite la evolución y su fortaleza. Es una simbiosis perfecta.

## Debilidades. Problemas

### ¿Qué cambiarías del modelo actual?

La competencia cada vez mayor en todas las zonas del mundo. El cambio climático nos va a hacer mucho daño. Almería producía cuando otras zonas no producían y por eso tenemos que seguir reinventándonos e incluso producir lo que no se produce en otras zonas. En septiembre teníamos asegurada nuestra producción, pero ya no ocurre.

Automatizar al máximo y rebajar el coste y mejorar el producto por ejemplo ecológico, para poder competir con ese nuevo producto que ha surgido en la zona del Mediterráneo.

### ¿Crees que el producto almeriense tiene valor añadido?

Claro que lo tiene, pero no sólo a través de las certificaciones, yo voy más allá, pues para mí el valor añadido lo imprime la gente, las personas que lo trabajan y cultivan. No solo es el producto sino como lo produces con trabajo y esfuerzo, hasta ponerlo en la tienda a disposición del consumidor.

Tenemos que decir y transmitir al consumidor final que cuando consumes un producto de Almería no es igual que el de otro origen, porque en Almería, a diferencia de lo que ocurre en países terceros y del Tercer Mundo, respetamos a quien lo produce.

Sería responsabilidad de las distintas Administraciones y del Gobierno el fomento de campañas que promocionen el valor añadido del producto para que el consumidor comprenda por que el producto vale lo que vale, o lo que es lo mismo, el consumidor entienda que el producto cuesta lo que vale.

### ¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tiene fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios, para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisivo a nivel internacional?

Por desgracia no. Y cada vez menos porque no somos los únicos. Sabemos vendernos y saben valorarnos, pero al final quien decide es la gran superficie y el consumidor. Vamos mejorando cosas, esa es la verdad, pero no las que creemos nosotros que hemos de mejorar, sino las que nos están exigiendo. En definitiva, no tomamos decisiones, sino que nos las imponen.

Un claro ejemplo lo tenemos en el plástico, tan demonizado y resulta que es el material más reciclable, pero no tenemos la cultura de reciclar. Así tenemos que no quieren tarrinas de plástico sino de cartón que contamina mucho.

Son decisiones y modas impuestas a las que necesariamente tenemos que adaptarnos porque es el mercado el que manda y la respuesta es, por tanto, que carecemos de fuerza tanto para influir como para decidir.

## MEDIOAMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE

### ¿Qué se ha hecho bien en este ámbito?

Lejos de conocer a fondo este tema diré que se ha hecho bien todo lo relacionado con el agua, con su uso eficiente y con su economía.

Respecto a las tareas pendientes, creo necesaria la creación de puntos de recogida y reciclaje fundamentalmente del plástico. Son necesarias campañas tanto de fomento del reciclaje como de ayuda para reciclarlo.

No obstante, Almería es una provincia que está reciclando mejor que otras provincias limítrofes como por ejemplo Granada en la que las explotaciones están trasladando sus residuos a Almería para su tratamiento y reciclaje.

## FUTURO DEL SECTOR

**¿Cómo afronta el sector la necesaria transformación tras el covid-19 (e-commerce, diversificación, digitalización, etc.) y la salida de Reino Unido de la UE?**

Tenemos un problema bastante importante con el covid, con el nuevo escenario, aunque sea temporal, que plantea la necesidad de adoptar medidas preventivas que alteran la actividad normal del sector.

Hay muchas tareas que se pueden hacer con las nuevas tecnologías y, de hecho ya se venían haciendo, el terreno y la plantación pueden mantener más las distancias de seguridad pero en la planta es muy complicado porque suponen un coste muy elevado.

En una línea de llenado necesitas cuatro personas, pero la distancia social implica que solo pueda haber dos, lo que ralentiza el trabajo y obliga a ampliar la jornada laboral, etc. suponiendo para la empresa hortícola un aumento del coste enorme.

El coste está siendo asumido por la empresa con escaso margen para poder trasladarlo al producto. Creo en definitiva que el escenario no va a cambiar mucho. Han sido circunstancias puntuales. Seguimos necesitando el manipulado, el calibrado, la cercanía.

Hay que seguir apostando por la mujer y los valores que transmite. Hay que fomentar y ayudar para que la mujer llegue dónde, por sus capacidades, pueda llegar.





**D**<sub>M</sub>

| *“Es necesaria una mayor  
colaboración dentro del sector”...*

# Andrea Álvarez Manzano

Responsable de desarrollo de negocio en Unica Fresh

Edad: 32 años

Nivel de estudios: Máster Oficial

—

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

El contacto y la relación con el sector agroalimentario proceden de mi vínculo familiar, toda vez que provengo de una familia de agricultores, y del trabajo de mi padre en un almacén de suministros agrícolas. Me licencié en traducción e interpretación de inglés y alemán con especialización en traducción jurada porque me gustaban mucho los idiomas, pero pronto supe que no quería dedicarme a esta actividad y que no supondría más que una herramienta para las relaciones internacionales.

Con esta formación, decido trasladarme a Estados Unidos dónde trabajo en Los Ángeles como profesora de español y, dónde y cuándo decido desarrollar mi vida profesional en un negocio internacional.

Es a mi regreso a España cuando se presenta la oportunidad de acceder a una empresa del sector agroalimentario y, en junio de 2012 comienzo mi andadura en Unica Fresh, al tiempo que realizo un Máster en Comercio Internacional.

### ¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?

Accedo inicialmente al sector dando cobertura a una baja por maternidad, pero gracias al manejo y dominio del inglés, a los seis meses comienzo a gestionar cuentas de clientes de forma directa, al tiempo que continúo asistiendo con labores auxiliares de comercialización.

Al año de entrar promociono a agente comercial y llevo una cartera con una categoría de productos, los picantes, aumentando la producción en un 400 por cien aproximadamente respecto al año anterior. En ese momento, se multiplicó la demanda de los picantes y decidimos producir entre seis y siete variedades distintas, alcanzando una producción diez veces mayor en tres años. Aunque estos productos no se venden en grandes volúmenes, requieren de una supervisión bastante exhaustiva al ser este un mercado muy nicho.

Durante los dos años posteriores formo parte del equipo comercial, pero mi forma de ser y mi inquietud hicieron que no estuviera del todo satisfecha en el departamento comercial. Necesitaba avanzar, aprender, tener una visión holística del sector (calidad y etiquetado, marketing, comportamiento del consumidor, seguridad alimentaria, horticultura, cambio climático,

finanzas, etc.). Con el objeto de ahondar más en la cadena agroalimentaria, decido entonces solicitar una beca para estudiar un Máster en Agronegocios en Australia, beca que me es concedida. Además, pensaba que me ayudaría a decantarme por alguna área concreta en la que enfocar mi trayectoria profesional.

Comparando el sistema agro europeo con el australiano, diré que, si bien difieren en términos de igualdad, salario y apoyo a la agricultura, adolecen de los mismos problemas al ser el sector primario un sector retrógrado y reticente al cambio.

Al finalizar mis estudios conseguí trabajo allí en el departamento comercial de una empresa hortícola, dónde pasé un tiempo antes de cambiar de empresa para dedicarme al desarrollo de negocio en una pequeña cooperativa, en la que me dediqué desde estrategia de dirección, hasta la comercialización de commodities, como las oleaginosas o los cereales.

Aunque vivir en las Antípodas supuso una experiencia fascinante, los 15.000 kilómetros de distancia de mi familia empezaron a hacer mella. Durante muchos meses me costó mucho tomar la decisión de vuelta, pero fue cuando recibí una oferta por parte de UNICA para cubrir una vacante de desarrollo de negocio, objetivo de mi formación, para de esta manera, trabajar en el sector desde un ángulo muy dinámico, pues no me gusta la rutina sino el cambio, lo que propició mi vuelta.

Viajo mucho asistiendo a ferias y congresos, reuniéndome con potenciales clientes y nuevos mercados, haciendo networking... Una de mis funciones es precisamente esa: conocer e investigar las tendencias futuras (establecidas ya en otros mercados más desarrollados) para anticiparme y lograr la mayor y mejor colocación del producto que ofrece Unica.

### **¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?**

Si. De hecho, en la primera empresa para la que trabajé en Australia tuve tres barreras: ser mujer, joven y extranjera, llegándose a menospreciar mi trabajo no sólo por el hecho de mi falta de experiencia por mi juventud, sino por razón de género. No obstante, he de decir que en mi segundo trabajo la experiencia fue totalmente contraria. En España, he lidiado siempre con el cliente internacional y, en general, en el exterior no hay tanta reticencia. En definitiva, puedo decir que siendo este un mundo muy masculino no he padecido tal discriminación expresiva.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

Creo que se deberían de organizar y celebrar más eventos, foros, encuentros congresos con participación activa de mujeres. Es un tema candente que lleva siéndolo mucho tiempo. Es necesario reeducar no solamente a nivel de campo, sino también de alta dirección que es dónde hay una ausencia casi total de la mujer. Es necesario impulsar el desarrollo de la carrera de la mujer en el sector pero también hay que reeducar al hombre. El ejemplo se tiene que dar desde arriba porque en la oficina no hay esa brecha de género que también persiste en el campo y en los estratos más bajos de la cadena.

### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?**

Darle un valor añadido al producto final, lo que busco es que el producto almeriense se venda más caro porque el consumidor lo perciba con más calidad, más fresco y más útil, con mayores características que lo que pueda comprar en otro sitio. Yo en concreto investigo las tendencias del mercado en cuarta y quinta gamas, nuevos productos, hábitos de consumo, packaging

responsable... e intento que mi empresa apueste por estos productos demandados en el mercado. Y, por encima de todo, salvar uno de los mayores hándicaps de este sector en Almería; acceder a canales directos. Es decir, que no haya tantos intermediarios.

Mi rol tiene que ver con acortar esa cadena de suministro, para que el beneficio del agricultor sea mayor. La agricultura desde siempre ha estado muy fragmentada. Hacen lo mismo sin estar unidos, por lo que al final terminan vendiendo el producto a un intermediario.

## SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR

### Fortalezas del sector

Son varias las fortalezas que, desde mi punto de vista, brinda el sector, a saber: siendo España el segundo país con más superficie de invernaderos (70.000 ha) detrás de China (82.000 ha), cerca de la mitad (más de 30.000 ha) se encuentran en Almería, lo que la hace a esta región la mayor concentración de invernaderos del mundo. Es un referente a nivel mundial, tengo amigos agrónomos en otros países que han estudiado el modelo Almería durante sus carreras. Es más, China lo ha copiado.

Las condiciones que propician el invernadero han permitido que se desarrolle este modelo llegando a ser el jardín de Europa. El control biológico es la solución de futuro para la reducción de fitosanitarios, respecto con el medio ambiente y la seguridad alimentaria. El cien por cien de la producción convencional en Única es de lucha integrada y es un paso más para conseguir la sostenibilidad de Almería, al tiempo que nos alineamos con la demanda social del medioambiente.

Las condiciones climáticas. La cantidad de horas solares y el viento para poder impulsar las energías renovables. Mucho conocimiento y especialización desde la base del sistema pero es necesaria más información, comunicación y formación para que el agricultor no viera a las comercializadoras como el enemigo. El hecho de tener una escuela de ingenieros agrónomos es una de las grandes fortalezas del sector pero, es necesario ampliar el horizonte y no focalizarse exclusivamente en el asesoramiento técnico en el campo. Sería necesario que la universidad se abriera y orientara adicionalmente y como complemento a lo existente, al agronegocio para dar soporte tanto al agricultor como a la empresa.

### Debilidades. Problemas

#### ¿Qué cambiarías del modelo actual?

La mayor debilidad del modelo es la falta de información y comunicación entre y hacia los dos eslabones de la cadena: el agricultor y el consumidor. Tradicionalmente, ha habido una ausencia casi total de marketing en las empresas del sector. Es más, en esta misma línea, las empresas de ultraprocesados nos llevan tal ventaja que han logrado que el consumidor crea que consume verduras al inventarse las patatas fritas con sabor a brócoli o hamburguesa de espinacas. No nos damos cuenta que el principal competidor de la agricultura en Almería es la industria de los ultraprocesados, líderes en el marketing amplio y agresivo de productos poco saludables.

Al consumidor no le duele por ejemplo pagar un precio alto por esa bolsa de patatas, pero si compra una lata de pimientos por el mismo precio (pero más peso por unidad de compra) se queja, al tener una percepción injusta de las frutas y hortalizas.

Junto a ello destacaría la imagen que se tiene de Almería en materia de plástico y trabajadores en el exterior. Este es un problema cultural pues miramos a un lado y nos echamos tierra sobre nuestro propio tejado. No explicando la verdad no vamos a poder vender nuestro producto. Estamos muy regazados en el tema de economía social y de responsabilizarnos del entorno en el que estamos operando. Por otro lado, el agricultor y la empresa tienen la obligación moral de responsabilizarse de las condiciones de contratación.

La falta de unidad, la fragmentación del sector y el número de empresas. Soy fiel creyente en el papel de la cooperativa pero también se pueden hacer colaboraciones sin necesidad de integrarse en una. Hay muchos estudios científicos sobre la repercusión de compartir información entre las empresas y aquí no es factible, es impensable esta cuestión.

### **¿Crees que el producto almeriense tiene valor añadido?**

Tiene valor añadido si lo comparas con los productos de países en vías de desarrollo, por ejemplo por las condiciones laborales y las prácticas agronómicas. Aquí son muy fiables en materia de seguridad alimentaria, el papel de las empresas como garantía de las condiciones es muy importante. Si bien, es cierto que otros países ya cultivan productos de similar calidad a los nuestros en cuanto a sabor, envasado y etiquetado, apariencia externa, etc. Si no queremos quedarnos estancados, requerimos de mayor agricultura de precisión con mayores inversiones en robotización, mecanización y energías renovables. A nivel de envasado, también se necesita inversión en la transformación de productos para satisfacer las nuevas necesidades de consumo. Finalmente, a nivel de almacenamiento y logística, alargando la vida útil del producto y abaratando portes, lo cual

haría de nuestro producto uno más competitivo que el de otros países competidores. Hemos de ser capaces de dar este salto, salvando las reticencias existentes, para dar ese mayor valor a nuestro producto.

### **¿Crees que el campo almeriense es innovador?**

Depende de con qué lo compares. Única es una empresa más innovadora y visionaria dentro del sector agroalimentario. Dentro de este sector cuesta bastante avanzar, investigar e innovar. Creo que venimos tarde con respecto a otros países occidentales en tecnología, logística y marketing. Por ejemplo, necesitaríamos avanzar en la distribución y lograr abrir líneas aéreas a un menor coste que el actual y, avanzar, en este sentido, en desarrollar una adecuada tecnología de conservación.

### **¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tiene fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios, para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisorio a nivel internacional?**

No, por la falta de unión referenciada reiteradamente con anterioridad.

## **MEDIOAMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE**

### **¿Qué se ha hecho bien en este ámbito?**

Uno de los principales progresos es el control biológico, ya se están buscando soluciones para el reciclaje del plástico e incluso alternativas en su uso, como el biodegradable. Ha crecido la producción orgánica, liderando en superficie ecológica a otros países europeos, y lo que conlleva el cumplimiento de la normativa internacional, máxime, si el producto se vende

en supermercado. Se respetan escrupulosamente los parajes naturales. Destacaría también la economicidad lograda en el uso del agua y su desalinización. A menor escala, se van viendo ya paneles solares en fincas y empresas.

La existencia de certificaciones para la medición, reducción y compensación de la huella de carbono del Ministerio de Transición Energética. En Única, cada uno de los almacenes está inscrito en ese tipo de certificación. En Única tenemos una importante concienciación social en relación con el medioambiente y la sostenibilidad, tanto en oficina como en almacén. Se facilita y promueve el uso de botellas de cristal (y no de plástico) para el agua proveyendo de fuentes de agua, se promueve una alimentación saludable proveyendo de frutas y hortalizas a los trabajadores; se organizan actividades deportivas al aire libre para hacer en grupos, etc. En esta misma línea decir que disponemos de políticas de gestión de residuos vegetales y donamos a los bancos de alimentamos todo excedente de producción o colaboramos con hospitales y colegios.

Finalmente resaltar que nuestro packaging es cien por cien reciclable y el ochenta por ciento está hecho de material reciclado encaminando así toda nuestra política a la consecución de un mundo sostenible.

### **¿Cuáles son las tareas pendientes y/o problemas a resolver?**

Falta mucho por hacer a todos los niveles. La falta de inversión en energías renovables. Muchas veces no se sabe qué hacer con el plástico. Falta mucha concienciación medioambiental que es la base. Falta educación en todos los niveles porque todo deriva al mar. Como mínimo, la agricultura debería ser integrada garantizando la reducción de fitosanitarios y el periodo de seguridad para su empaquetado y consumo.

No obstante, me cuestiono si esa exposición a agroquímicos nos afecta a nivel de salud, dados los datos existentes en torno a enfermedades como el cáncer o los problemas de fertilidad en nuestro entorno. Por último, la permanente degradación del suelo se torna en un problema.

## **FUTURO DEL SECTOR**

### **¿Cómo afronta el sector la necesaria transformación tras el covid-19 (e-commerce, diversificación, digitalización, etc.) y la salida de Reino Unido de la UE?**

El Brexit, desgraciadamente, no nos afecta sensiblemente porque, de un lado, Reino Unido puso ya la mirada en Marruecos y, de otro, tiene sus propias explotaciones en países como Tanzania, que le permiten garantizar su producción. A ello se le une que la cuota de mercado de Reino Unido no es tan grande como Alemania y el hecho de que España está diversificando cada vez más en otros mercados.

En cuanto al covid, la repercusión no va más allá de la necesidad de adopción de las medidas de prevención e higiene establecidas.

Tenemos que revolucionar el sector con un comercio electrónico que ha llegado para quedarse aumentando un 1,6 por ciento en tan solo unos meses y si la empresa quiere participar en ese canal tiene que invertir necesariamente en tecnología de la información y digitalización, servicios de mensajería, mejor atención al cliente, estudios de consumidor, etc.

Es necesaria una mayor colaboración dentro del sector, así como un mayor intercambio de información entre las empresas con mayor apuesta por la innovación, la tecnología y el marketing.



**D**<sub>M</sub>

*“La agricultura es la profesión propia del sabio, la más adecuada al sencillo y la ocupación más digna para todo hombre libre”  
(Cicerón)*

# Ana María Alcázar Miralles

Letrada accionante del contencioso ACRENA, SAT

Edad: 47 años

Nivel de estudios: Máster Oficial

—  
Letrada en ejercicio especializada en recursos humanos.

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

Este sector aparece en mi vida profesional en el año 2018 cuando unas representantes de varios comités de empresa, en su integridad envasadoras de la empresa ACRENA y VICASOL, llegan a mí, como abogada en ejercicio por cuenta ajena en el sindicato CSIF. Me explican cómo funciona un almacén en la cadena de envasado y ante las deficiencias detectadas interpongo varias denuncias ante la Inspección de Trabajo de Almería y SERCLAS, por temas relacionados con la ropa, refrigeración de las salas, bajas por embarazos de riesgo, desglose del salario hora, etc. y una vez conseguida su confianza, cuestión fundamental en el mundo del manipulado, me confiesan que tras un período de cuatro años, desde el año 2012 a 2016, por un acuerdo "inter partes" vigente en la empresa, han estado equiparadas salarialmente con los mozos de almacén, pero a partir de septiembre de 2016 y en aplicación del Convenio Colectivo del manipulado se produce una subida salarial solo para los mozos. Ante esa situación les planteó la posibi-

lidad de un conflicto colectivo por equiparación salarial, pues entendía que hacían funciones de igual valor. Ese conflicto colectivo se pierde y les planteo dar un paso más, un conflicto colectivo de derechos fundamentales por discriminación del artículo 14 de la Constitución Española.

Tanto la Inspección de Almería como el juez estiman la existencia de discriminación y obliga a la empresa a pagar lo mismo a las envasadoras que a los mozos, pero además la sentencia, plantea la duda sobre la ilegalidad del convenio colectivo del manipulado, fallando que "de conformidad con el artículo 163.4 LRJS, en cuanto que se aprecia la ilegalidad de la disposición convencional relativa a la diferenciación de salarios entre las categorías de mozos y envasadoras, se acuerda poner en conocimiento del Ministerio Fiscal para que, en su caso, pueda plantear su ilegalidad a través de la modalidad procesal de impugnación de convenios colectivos".

Lógicamente el fallo emitido es de gran trascendencia pues no sólo afecta a las envasadoras de ACRENA sino al convenio colectivo de la provincia. Es en el marco de ese conflicto donde se gana la primera sentencia y se acredita que una envasadora puede

mover 4.000 kg día sin medios mecanizados a diferencia de los mozos que lo hacen disponiendo de estos medios, se declara probado que hacen funciones de igual valor.

Nos encontramos, por tanto, antes dos sentencias, una perdida y otra ganada, que está generando un conflicto procesal y que la Sala del Tribunal Superior de Justicia de Granada ante su postura incomprensible me obligo a presentar Recursos de Casación de Doctrina en el TS, la situación es que la perdida en primera instancia de equiparación salarial se ha declarado nula y ha de dictarse una nueva, según el TS y la segunda que se ganó en primera instancia de derechos fundamentales está pendiente de resolverse por el TS.

Entre tanto, el Gobierno dicta el Decreto en 2019 del salario mínimo interprofesional efectivo que provoca que las envasadoras y mozos a día de hoy ganen lo mismo. Por último, hemos de dimensionar la magnitud de este proceso que se inició pues no son, en definitiva, 350 envasadoras, a las que represento, las afectadas, sino entre 20.000-30.000 empleados del sector, dependiendo de la campaña.

A partir de este contencioso decido cursar el Máster en gestión de la actividad agroalimentaria impartido por la Universidad de Almería para entender cómo funciona la empresa desde dentro.

### **¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?**

Ha sido más un progreso personal, que un progreso como profesional, porque ACRENA ha sido, en esencia, un reto personal como mujer, sin poder profesionalizar el logro obtenido con esta sentencia.

### **¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?**

Todas las barreras del mundo. Que una mujer externa al sector haya puesto en evidencia que se permita esta situación durante más de 30 años, ya que la mujer viene cobrando menos en el sector en general, no ha tenido buen encaje.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

Si dejamos de lado los roles masculino, que priman dentro del mercado laboral, y tenemos en cuenta las cualidades femeninas, especialmente la creatividad, organización y tesón que las han llevado a copar las universidades, podríamos nutrir al sector de estos nuevos roles, solo pueden aportar estos valores cosas buenas al producto almeriense y ponerlo a la cabeza del mercado mundial.

Revertiendo este "más valor" en la economía, gestión, marketing y producción, implementado en todos los eslabones de la cadena de producción, alcanzando con facilidad cualquier objetivo, por ese espíritu permanente de lucha que nos caracteriza. Eso sí, facilitando la conciliación de la vida laboral con la profesional, que tanto nos condiciona en la toma decisiones, no nos gusta tener que elegir entre familia y profesión, hay que evitar poner en esa tesitura a las trabajadoras que opten y apuesten por este sector.

### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?**

La trascendencia de lo que conseguí y no sola, sino con un grupo de mujeres dispuestas a perder su puesto de trabajo, a un juez e inspector que se involucraron en entender lo que estaba sucediendo, necesita la perspectiva del paso del tiempo, para que adquiera la

dimensión de lo conseguido, pues pusimos patas arriba el sector. Ha sido el primer paso para darle a las envasadoras, la dignidad y confianza merecida y por ende a la mujer trabajadora.

## SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR

### Fortalezas del sector

La principal fortaleza del sector es su asentamiento sobre la base de la familia. La familia lleva aparejada connotaciones de esfuerzo, sacrificio y de pundonor de que el producto tenga la calidad y el hueco que le corresponde en el mercado. Aplicar la tecnología intentando dar una vuelta más al modelo familiar en el sentido de pensar más en grande, lo fortalecerá.

### Debilidades. Problemas

#### ¿Qué cambiarías del modelo actual?

De la misma manera que afirmo que la familia es la principal fortaleza del modelo hortícola almeriense, diré que es, al tiempo, su mayor debilidad. Se traspasa el rol de la mujer de los años 70 a estos tiempos donde la mujer trabaja donde sigue siendo un puntal, pero no figura y no está en la toma de decisiones, en la mayoría de los casos, lo que hace que el espectro de objetivos de la empresa se limite, al negarle su protagonismo.

Me gustaría que la mujer tuviera mucho más papel e implementación dentro de este sector productivo y no se le tratara condescendentemente, tomando en consideración su visión de futuro para este tipo de empresas, porque lo que la mujer quiere es la prosperidad y continuidad de la misma.

Finalmente, aludir al acomodo del sector. Se conforma con tener picos álgidos y, esos picos le impiden ver la necesidad de acometer una reforma estructural del sector.

#### ¿Crees que el producto almeriense tiene valor añadido?

No ha alcanzado el valor añadido que creo que tiene. Nos falta, desde mi punto de vista, personal muy especializado en la cadena de producción, comercialización y distribución, muy especialmente en el eslabón de la comercialización, que hable varios idiomas y formación muy especializada para transmitir ese valor añadido que en esencia tiene nuestra producción. Así como campañas de marketing sin complejos, creyéndonos lo que podemos aportar al mercado internacional.

#### ¿Crees que el campo almeriense es innovador?

Está en el camino, pero tiene ante sí todavía un largo recorrido. Me gustaría que el agricultor fuera considerado como en Holanda, reconocidos socialmente. Valorándose lo que aportan a la sociedad en sabiduría y conocimiento. El agricultor es un hombre sencillo con una vasta cultura sobre la tierra. Que la cultura de la tierra se conecte con la cultura empresarial actual. En el momento en que esa conexión se produzca, llegaremos tan lejos como queramos llegar. Los límites no nos los podemos poner nosotros.

#### ¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tiene fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios, para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisorio a nivel internacional?

Rotundamente no. A la fecha, no conozco de la existencia de un sólo lobby de poder

almeriense del sector para la intervención en Europa en la toma de decisiones y negociación. Es aquí donde la idea de empresa familiar lastra esa posibilidad de unión. El individualismo intrínseco al concepto de la empresa familiar impide tener la visión generosa del sector que lo llevará a posicionarse estratégicamente en Europa y por ende en las relaciones comerciales internacionales con terceros países.

## MEDIOAMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE

### ¿Qué se ha hecho bien en este ámbito?

Economizar el agua ha sido un antes y después, permitiendo el desarrollo de la provincia, siendo referencia mundial en innovación en este tema. El control biológico ha sido un salto cuantitativo y cualitativo. Es el camino.

### ¿Cuáles son las tareas pendientes y/o problemas a resolver?

El plástico es un problema mundial. Los cimientos del invernadero es el plástico. Es necesario buscar soluciones con materiales alternativos biodegradables con una gestión integral desde su producción hasta su reciclaje. Pero no podemos descargar la culpa en la Administración.

Integrar el reciclaje como un eslabón más de la cadena de manera natural pasaría por resolver el problema de la falta de reciclaje de residuos plásticos de una manera casi natural. Es necesario interiorizarlo en la cadena de producción. Obligar al cooperativista mediante un canon de reciclaje o a la empresa a la que compras el plástico que tenga ese punto del reciclaje, serían posibles soluciones para innovar y tomar conciencia del problema que

nos reprochan y proclaman a los cuatro vientos nuestros competidores. Que quede, por tanto, el reciclaje dentro de la cultura empresarial al margen de la Administración.

Sería, en definitiva, sumar valor añadido al producto y saber transmitirlo para ganar una mayor cuota de mercado. La gestión de los residuos del plástico es uno de los mayores reproches de nuestro modelo.

## FUTURO DEL SECTOR

### ¿Cómo afronta el sector la necesaria transformación tras el covid-19 (e-commerce, diversificación, digitalización, etc.) y la salida de Reino Unido de la UE?

Este nuevo escenario y, las circunstancias vividas con el covid-19, ha puesto en valor el sector primario de Almería, surtiendo a toda Europa y al tiempo ha supuesto la irrupción e implantación definitiva de internet como una herramienta de trabajo imprescindible.

Hemos de rentabilizar esas dos situaciones. El covid-19 ha resituado el sector, como un sector fundamental y potencialmente compacto, organizado y fuerte, que nos ha permitido estar en casa sin problemas de suministros y debemos de aprovechar el beneficio que ha supuesto al sector agrícola, para dar un paso adelante.

El silencio actual del agricultor, ante los beneficios obtenidos, debe convertirse en inversión sobre las debilidades que quedan por resolver, terminando de dignificar la agricultura entendida como ciencia. Hay que vender y comercializar por internet para que el último producto hortícola llegue al último rincón del mundo, no solo en forma de vegetal y de fruta

sino también su manufactura. Volcar la sabiduría del campo almeriense en internet traducida en calidad.

No puedo finalizar sin, de alguna manera reprochar, que no he visto una campaña publicitaria tanto institucional y corporativa de altura, que ponga en valor lo que ha hecho la agricultura almeriense en el Estado de Alarma del covid-19 y eso si ha ocurrido con otros profesionales que también, durante la pandemia, han sido esenciales. Infundir la campaña de la Unión, ese es el último objetivo.

Mandar un mensaje de esperanza. Decir que Almería es una de las provincias que va a sufrir

menos la situación económica terrible que se vaticina y al sector le pido generosidad con la provincia, les pido generosidad en la creación de empleo, y les pido que abran sus mentes para ver el mucho talento profesional que hay en Almería y Andalucía, que pueden aportar y ayudar a dar el salto definitivo para profesionalizar con la excelencia el sector, y entre ese talento que hay en muchas mujeres.

Y quiero terminar con una cita de Marco Tulio Cicerón:

*"La agricultura es la profesión propia del sabio, la más adecuada al sencillo y la ocupación más digna para todo hombre libre".*



**D** | *“La debilidad no es bien recibida  
en el sector agroalimentario”...*

# María José Cazorla González

Coordinadora de Máster Oficial en gestión de la actividad agroalimentaria, UAL

Edad: 49 años

Nivel de estudios: Doctora en Derecho

—

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

Accedo al sector por primera vez en el año 1994, con el inicio de mi tesis doctoral “La transmisión mortis causa de las explotaciones agrarias” que finalicé con la defensa en septiembre de 1997.

### ¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?

Mi progreso ha sido estrictamente académico y, a través de la investigación. Mis hitos se articulan en la participación de contratos de investigación con empresas de patentes y marcas y en proyectos de I+D relacionados con el régimen jurídico aplicable a los diferentes sistemas productivos, como investigadora principal, así como en la participación del “Libro blanco de agricultura y el desarrollo rural”, publicado en 2003 por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

### ¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?

Encontré barreras al incorporarme como directora del entonces departamento de recursos humanos y de producción. Era un área que no conocía pues provenía de realizar labores puras de administración. Tenía que ir aprendiendo poco a poco de la gente con la que estaba trabajando, jefes de almacén y de línea, que hacían que me tuviera que esforzar más por el mero hecho de ser mujer.

Me sentía vulnerable al no conocer bien el terreno que pisaba y me basaba mucho en la opinión de las personas con las que trabajaba. Me sentía un poco débil por el hecho de ser mujer. Así, en temas, por ejemplo, mecánicos y de organización me costaba mucho más que valoraran mi opinión que si lo comentaba un hombre.

### ¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?

Reticencias que no barreras. También es verdad que empecé muy joven con 23 años, mujer e inexperta. Era investigadora y alejada de la realidad, pero con el tiempo al ser un sector pequeño, fui ganando confianza y ocupando mi lugar. Así, el hecho de ser mujer no ha supuesto ninguna barrera en los concursos a

nivel nacional, toda vez que lo que es objeto de valoración en el campo científico y de la investigación es el proyecto en sí y no quien lo presenta.

### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?**

Formación a todas luces. Coordino y gestiono desde 2019/20 un Máster transversal en la Universidad de Almería, el Máster Oficial de gestión de la actividad agroalimentaria que nace a partir de un máster en Derecho de la empresa y la actividad agroalimentaria que comenzó en 2014 y que dio paso al actual. Con anterioridad, impartí la asignatura de Derecho agroalimentario en el Grado de Ingeniería Agrícola.

## **SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR**

### **Fortalezas del sector**

La mayor fortaleza del sector es la empresa familiar. Es el corazón y el núcleo de nuestro modelo, así que mientras se mantenga, avanzaremos.

Otra gran fortaleza del sector es la profesionalización. Hemos pasado de un sector de los años 50 en los que el titular de la explotación era un agricultor sin ninguna formación, a un titular que es, a día de hoy, ingeniero, economista o incluso jurista. En la actualidad, el titular de la explotación no solo es un profesional de la agricultura, sino que cuenta con una formación adicional y visión innovadora que le lleva a progresar y avanzar.

## **Debilidades. Problemas**

### **¿Qué cambiarías del modelo actual?**

La principal debilidad del sector es que no hay negociación, ni unión. Todo el mundo sabe lo que quiere y lo que va bien pero no saben escucharse entre sí ni al resto de agentes de la cadena.

Durante mucho tiempo hemos tenido grandes productos, pero no diferenciados respecto a otros. El consumidor no los distingue y esa distinción es esencial para ser competitivos. Que nuestros tomates se confundan con el tomate de Marruecos, Túnez o Argelia, no requiere de mayor aclaración. Es, por tanto, muy importante trabajar la información que le llega al consumidor a través de campañas de promoción, documentales y eventos de diversa índole.

Vendería mejor el producto y haría realmente una transformación a través de otras gamas como envasados, congelado, tomate frito, gazpacho, etc. en definitiva, productos por los que no le importe pagar al consumidor que es quien los demanda.

### **¿Crees que el campo almeriense es innovador?**

Si, sin barreras. Es una de las grandes diferencias con respecto a otros modelos. El agricultor está totalmente abierto a toda innovación, es por eso que está donde está. Y esa ventaja competitiva la tiene tanto con respecto a otros modelos dentro de nuestras fronteras como fuera.

Claros ejemplos de esta innovación la encontramos en el sistema de riego y, en general en

toda la mecanización de la agricultura. Hitos que se alcanzan al no oponer resistencia al cambio.

**¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tiene fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios, para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisorio a nivel internacional?**

Para incidir a nivel internacional, entendiendo como tal, países terceros, la respuesta es negativa, pero en Europa si contamos con representación en el Comité de las Regiones donde participan las Comunidades Autónomas y Entidades Locales. A nivel nacional el Ministerio escucha, toda vez que el actual Ministro, D. Luis Planas, ha sido Consejero de agricultura en Andalucía durante muchos años y, por tanto, conoce bien el sector de la agricultura de Almería, pero no con la profundidad que necesitamos.

Finalmente, desde el punto de vista legislativo, carecemos de toda fuerza, a pesar de tener en Europa plataformas. En definitiva, tenemos mayor influencia que otros sectores, pero carecemos de unión bajo una sola voz que agrupe nuestros intereses y nos dé la fuerza suficiente.

## MEDIOAMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE

**¿Qué se ha hecho bien en este ámbito?**

Tres son los hechos destacables, a saber:

- La gestión del agua ha sido brutal. Pensemos que Almería no tiene agua y tener esta producción de regadío ha sido, y es, algo increíble.

- La gestión de los plásticos referida fundamentalmente a la investigación y al aprovechamiento de los restos de cosecha tanto dentro del invernadero como su uso exterior en compostaje y biocarburos.

- El control biológico que nos ha llevado a ser referente en el uso de los abejorros es para sorpresa y asombro de quienes visitan nuestro sistema productivo bajo plástico.

**¿Cuáles son las tareas pendientes y/o problemas a resolver?**

Nuestra tarea esencial es la necesidad de estar siempre avanzando en sostenibilidad para poder dar el necesario cumplimiento a la normativa europea actual y de la nueva PAC.

Si no nos adaptamos en esta materia, no podemos avanzar en términos de productividad y, por ende, alcanzar mejor precio. Tareas pendientes las encontramos en la contaminación, que a día de hoy se sigue produciendo, aunque si bien es verdad que, en menor medida, la salinización de los acuíferos, la llegada de los fitosanitarios al mar, la quema residual de plásticos, y, la sobreexplotación de los recursos.

## FUTURO DEL SECTOR

**¿Cómo afronta el sector la necesaria transformación tras el covid-19 (e-commerce, diversificación, digitalización, etc.) y la salida de Reino Unido de la UE?**

La salida del Reino Unido de la Unión tiene indiscutiblemente consecuencias directas en el sector, ya que algunas cooperativas destinan el ochenta por ciento de su producción a

este destino, y para nuestra provincia en cantidad de exportación es el tercer país al que mayor producción suministramos.

Por tanto, en tanto en cuanto no se firme un acuerdo bilateral, que sin duda lo habrá, el que el producto esté un solo día parado en aduana supone una pérdida de valor y por tanto indiscutible de precio; cuando pase este año y el Reino Unido sea un tercer Estado.

En lo que se refiere al covid, la incidencia en el sector es menor de la que se hubiera producido si la pandemia hubiera tenido lugar en el mes de enero y no en marzo. En términos estructurales no ha habido consecuencias pues al ser nuestro modelo un modelo esencialmente familiar no tiene la necesidad tan determinante de temporeros

que si tienen otros modelos. En términos organizativos, la incidencia del covid ha sido mayor por la necesidad de establecer medidas preventivas, especialmente la del distanciamiento social.

Si la voz masculina no ha sido capaz de avanzar hacia la unión y entrar en otro modelo, habrá llegado el momento de hacer cambios estructurales, escuchar y poner en valor la opinión de las agricultoras, así como poner voz femenina a los técnicos, jefes de almacén o de calidad, responsables de comercialización y RRHH, gerentes, porque son un valor añadido intrínseco en el desarrollo de nuestra agricultura desde sus orígenes y su opinión basada en formación y experiencia nos hará avanzar y progresar en el siglo XXI.





**D**<sub>M</sub>

| *“La investigación es lo que permite el avance y el progreso”...*

# Ana Belén Gea Segura

Gerente de la Fundación de la UAL

Edad: 46 años

Nivel de estudios: Licenciada de Ciencias Económicas y Empresariales por la UAL y Diploma de Alta Dirección del Instituto San Telmo

—

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

Los contactos fueron desde los orígenes de la Fundación en el año 1999, pues desde la Fundación siempre hemos apoyado la conexión entre el sector y la Universidad, en el desempeño de las funciones propias de mi cargo.

### ¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?

Si bien las empresas del sector siempre han formado parte de la Fundación, mi relación y progreso profesional dentro del sector agro se intensifica en un horizonte temporal de cinco años atrás, cuando se reestructura la Fundación y se crea el Consejo Asesor universidad-empresa, y se crea un grupo de trabajo en este Consejo, integrado por las empresas más representativas del sector de agroalimentación y bioeconomía, que tiene por objeto esa mayor conexión de la Universidad con el sector, escuchando sus demandas y sugerencias de cara a los propios servicios que presta la Universidad y viceversa, especialmente en lo que a egresados, formación e investigación se refiere.

Este avance se produce desde que la propia Universidad en su plan estratégico y, más concretamente en su visión, incluye por primera vez el sector agroalimentario. Ello obliga a replantear nuestro propio esquema para apoyar al sector más importante de la provincia.

En este sentido, se han desarrollado diversas iniciativas, como por ejemplo, un primer intento de crear una plataforma de formación conjunta y especializada, integrada por entidades como UAL, COEXPHAL, IFAPA, TECNOVA, ISAM, etc., a la que cualquier persona interesada y demandante de formación en el sector pudiera acceder para conocer la formación de esas entidades. Mi papel es hacer que las cosas funcionen para que los empresarios vengan y se les escuche, manteniéndolos informados, proponiendo debates de iniciativas que luego den fruto y sean beneficiosas para todas las partes. Soy parte del engranaje entre el sector y la universidad.

### ¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?

Yo particularmente en mi entorno no, ya que de unos años a esta parte hay una mayor participación de mujeres como directoras técnicas, de recursos humanos, así como

directoras de investigación, pero siendo así y con excepciones, echo de menos la presencia de la mujer en el top de la dirección general.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

La formación es la clave. Y la promoción interna también, facilitando procesos de este tipo. En todos los sectores, pero en este incluso más.

### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?**

Como gerente de la Fundación, ya no sólo en el sector agroalimentario, sino en el resto de sectores económicos, me he movido mucho por las empresas y al final la aportación de ser mujer, es la de reflejar una realidad: podemos llevar a cabo trabajos cualificados y de responsabilidad al igual que los hombres, incluso siendo madre de familia numerosa como es mi caso.

## **SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR**

### **Fortalezas del sector**

El sector cada vez está más cercano a la investigación y a la innovación.

La investigación de la Universidad de Almería está ligada en un porcentaje muy elevado a las empresas del sector en el agua, fitosanitarios, genética, tecnologías, algas, etc. Todo ha mejorado gracias a la estrecha relación con los investigadores de la Universidad. La investigación es lo que permite el avance y el progreso.

## **Debilidades. Problemas**

### **¿Qué cambiarías del modelo actual?**

La problemática medioambiental, y en concreto el destino de los residuos agrícolas, es muy preocupante, pese a toda la investigación existente al respecto desde la Universidad, desde la Administración y desde la empresa, pues no se ha conseguido un complejo de soluciones. Es necesaria también una mayor sensibilidad de los agentes de la cadena, públicos y privados.

La solución a nivel global es compleja, he tenido la oportunidad de asistir a grandes debates y la cuestión va más allá de la mera recogida, alcanzando su tratamiento posterior, y partiendo de una primera cuestión que es la separación del tipo de residuo. En este sentido, decir que desde la Fundación intentamos poner nuestro granito de arena organizando desde el Consejo Asesor, encuentros varios para debatir conjuntamente esta gran tarea.

### **¿Crees que el campo almeriense es innovador?**

Sí, siempre ha sido innovador. El milagro de Almería. En el sentido de la apuesta por la investigación y la mejora en procesos y productos.

### **¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tiene fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios, para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisorio a nivel internacional?**

No tanta fuerza como deberíamos. Quizá, por un problema interno de falta de unión dentro del sector aun cuando, si volvemos la vista atrás, hay más unión que hace diez años.

No sé cuál sería la estrategia, pero tengo claro que tenemos que salir pese al cierre de fronteras y otras circunstancias adversas de esta “nueva normalidad”. Tenemos que exportar, no solo productos, sino personas y la tecnología del sector. Nuestro mercado es global.

## MEDIOAMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE

### ¿Qué se ha hecho bien en este ámbito?

El control biológico, totalmente vinculado a la investigación, con la eliminación de los químicos.

### ¿Cuáles son las tareas pendientes y/o problemas a resolver?

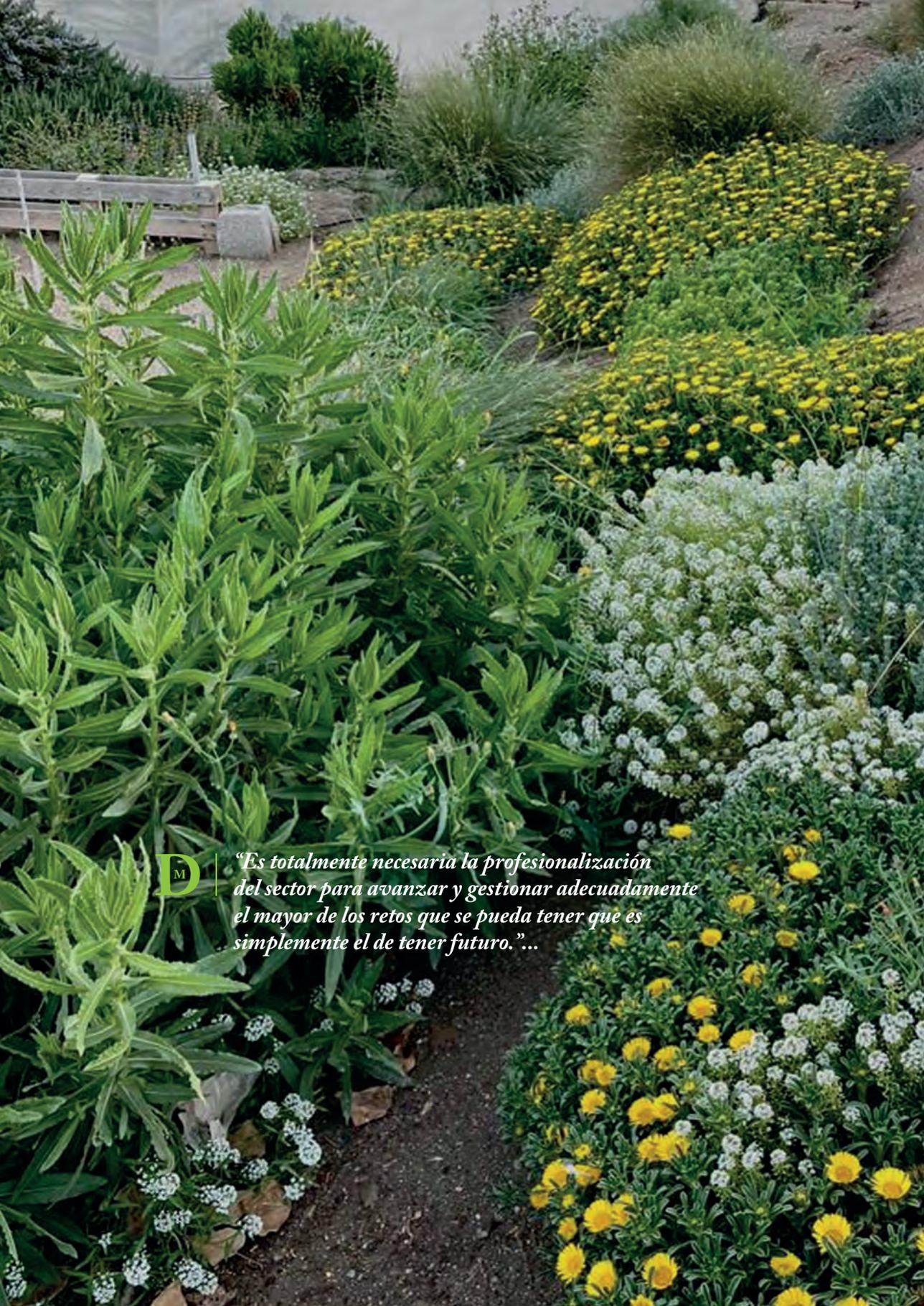
Reciclaje y tratamiento de residuos plásticos y vegetales.

## FUTURO DEL SECTOR

### ¿Cómo afronta el sector la necesaria transformación tras el covid-19 (e-commerce, diversificación, digitalización, etc.) y la salida de Reino Unido de la UE?

La mayor preocupación en ambos casos es la exportación y llegar a los mercados de destino. Como la tendencia sea el cierre de fronteras, el autoabastecimiento y mayores nacionalismos, el sector tendrá que afrontarlo con nuevas estrategias. Importante la innovación y la transformación digital en toda la cadena de valor.

Los cuatro principales factores de futuro del sector agroalimentario en Almería: mujer, medioambiente, formación y transformación digital.



**D**<sub>M</sub>

*“Es totalmente necesaria la profesionalización del sector para avanzar y gestionar adecuadamente el mayor de los retos que se pueda tener que es simplemente el de tener futuro.”...*

# Teresa García Muñoz

Presidenta del Ilustre Colegio Oficial de Ingenieros Técnicos Agrícolas de Almería

Edad: 50 años

Nivel de estudios: Ingeniero Técnico Agrícola e Ingeniera Agrónoma

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

Llego al sector incluso antes de nacer. Soy descendiente de una familia de agricultores y ganaderos de un pueblecito muy pequeño de Almería; Felix. Mis padres son una de tantas familias que decidieron formar parte y contribuir al bien llamado milagro almeriense.

Han trabajado muy duro toda la vida para tener un medio de vida propio y poder dar la posibilidad de estudiar a sus dos hijas. Pero eso sí, tanto mi hermana como yo hemos ayudado siempre en las tareas tanto del campo como de la casa.

Pero no llego al campo profesionalmente de manera vocacional. Elegí ciencias puras cuando los test psicológicos me orientaron para letras. Decidí estudiar fisioterapia para lo que tenía que trasladarme a Valencia y, en mi condición de hija única era una cuestión compleja, por lo que decidí finalmente quedarme en Almería y estudiar ITA. Me di la oportunidad de cursar el primer año y valorar estos estudios, pero según iba avanzando, más me gustaba por lo que decidí finalmente cursarlos.

### ¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?

Tras finalizar mi PFC, Proyecto Fin de Carrera, me colegié en el Colegio profesional de Almería, accedí a la bolsa de empleo y comencé a trabajar en una empresa familiar durante dos meses. A partir de ese momento y, durante los 10 años siguientes, estuve trabajando en la empresa privada en períodos de dos años, tanto por cuenta ajena como autónoma y en empleos variados, desde comercial, pasando por un semillero, un almacén de insumos agrícolas hasta empresas de comercialización o como autónomo asesorando y realizando tasaciones y valoraciones.

Posteriormente, en 2003, accedí a una interinidad en la Junta de Andalucía y empecé a preparar las oposiciones de ingeniero técnico agrícola, tomando posesión en mayo de 2007 en la Delegación Provincial de medioambiente y hasta hoy, habiendo promocionado recientemente al nivel A1 con la titulación de Ingeniera Agrónoma.

### ¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?

Al principio sí, pero una vez ganada la confianza y el respeto todo cambiaba. Siempre

he tenido que demostrar lo que el hombre no necesitaba demostrar. El sector agroalimentario es un mundo de hombres. Situaciones como llegar a una finca y recibir el comentario de “niña y tú que me vas a enseñar a mí...” y eso con un recorrido profesional de cierta entidad, son muestra de la reticencia inicial mencionada.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

Confianza en nosotras mismas. Mucha confianza y mucha fuerza porque aún no ha cambiado suficientemente la mentalidad social como para alcanzar la facilidad y la integración de la mujer de la manera normalizada de cualquier otro sector. De hecho, yo misma llego a la presidencia del Colegio gracias a la confianza, el apoyo y el empuje de otros compañeros, más que por creencia y confianza en mi propia capacidad. Sin fuerza, autoestima y apoyo del entorno más próximo aún es difícil que las mujeres tengan más presencia y participación ya que tenemos un sentido de la responsabilidad para con los hijos y con nuestros mayores a veces desproporcionado. Nos creemos imprescindibles y no lo somos y no nos damos cuenta hasta que no empezamos a probar.

Hemos de ser valientes y empezar a hacer experimentos y pruebas con la familia y dar respuesta así a preguntas como: ¿sí yo no hago la cena que van a comer mis niños y mi marido? ¿sí me voy a una reunión de la cooperativa que va a decir mi familia? ¿sí me voy a un viaje de 4 días como se las van a arreglar en casa?...Es reconfortante comprobar que no pasa nada y además, yo me siento muy bien como mujer además de respetada y valorada por personas fuera de mi entorno familiar y de amistades.

Es cuanto menos interesante comprobar que sabes y puedes hacer algo más que fregar, lavar,

cocinar, barrer, limpiar, educar,... Pero sería muchiiiiisimo más interesante y necesario que los hombres que viven en pareja descubrieran lo interesante y necesario que es fregar, lavar, cocinar, barrer, limpiar, educar ... al 50% con la persona con la que se comparte la vida.

### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?**

Otros puntos de vista. Hombre y mujeres evidentemente somos diferentes pero nos complementamos muy bien. Creo que he aportado pequeñas cosas que han ayudado a evolucionar en la buena dirección sobre todo cuando trabajé en SAT Costa de Níjar, cuestión que he ido percibiendo años después. El agricultor necesita ir poco a poco, de manera individualizada, van viendo los resultados y de forma progresiva las prácticas que funcionan se extienden a toda la comunidad. Así ocurrió con mi asesoramiento y mis recomendaciones en el uso y puesta en práctica de cuestiones en las que creía, como el uso de abonos cristalinos, la desinfección de suelos mediante solarización o la ventilación cenital en los invernaderos. Años después de irme, iba año tras año y hacía fotos de la zona para visualizar la evolución del campo y también para visitar a algunos agricultores. Y es de esa manera como me di cuenta de los avances y de cómo se extendían mis recomendaciones lo que me producía mucha añoranza, a la par que alegría.

Por tanto, desde un punto de vista esencialmente técnico, puedo afirmar que he hecho un gran aporte en la zona a través del asesoramiento de campo. Como mujer, supongo que he sido ejemplo para otras mujeres y para las familias de agricultores en general que al ver a una mujer trabajando así han animado a sus hijas a estudiar ITA. Se puede ser una mujer ingeniera y una mujer asesora, se puede hacer el trabajo tan bien como lo puede hacer un hombre.

## SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR

### Fortalezas del sector

La gran fortaleza del sector es sin duda la base social del modelo agrario de Almería, es decir, la familia. Las explotaciones agrarias de Almería están trabajadas por familias con una gran capacidad de trabajo y esfuerzo, de innovación constante y de crecimiento para y por los hijos. Se puede ver a lo largo de la historia como todo lo que ha dependido directamente del agricultor se ha conseguido. Prácticamente todos los retos que el sector agro ha superado a lo largo de su historia han dependido de la capacidad económica y social del empresario agrario como por ejemplo el control biológico o la implantación del regadío. Dicho esto se puede intuir por qué hay retos como la comercialización, el agua o la gestión de residuos no se han superado aún, es decir, son cuestiones que no dependen directamente del agricultor.

Los Ingenieros Agrícolas constituimos otra fortaleza del sector pues somos el canal idóneo para que el conocimiento fluya hacia la agricultura y se consiga la máxima rentabilidad de esos complejos sistemas productivos que conforman las explotaciones agrarias intensivas de Almería o casas verdes o cultivos de primor.

### Debilidades. Problemas

#### ¿Qué cambiarías del modelo actual?

La gran debilidad del sector es la falta de formación. Todos los agricultores menores de cincuenta años deberían tener, como mínimo, un módulo de formación profesional, formación que debería de ser cada vez

más cualificada cuanto mayor sea la responsabilidad requerida.

Las empresas del sector han alcanzado tal envergadura que todos los puestos de responsabilidad (coordinación, gerencia, directores etc.) deben de tener una alta cualificación. No baste el autoconocimiento, habilidades sociales, experiencia o idiomas. Es totalmente necesaria la profesionalización del sector para avanzar y gestionar adecuadamente el mayor de los retos que se pueda tener que es simplemente el de tener futuro.

La dispersión de la oferta y la concentración de la demanda están haciendo peligrar la rentabilidad de las fincas. La necesidad de demasiados intermediarios entre productor y consumidor tampoco beneficia al sector.

#### ¿Crees que el campo almeriense es innovador?

Aún si lo tiene aunque año tras año se reducen los márgenes, pero debería de trabajarse más en este sentido. Nos hemos centrado, casi en exclusiva, en producir y vender lo verde, pero debemos desarrollar una industria preferente para hacer otras gamas con los excedentes de producción, mediante su transformación, intentando no depender de ayudas europeas, es decir, tendiendo hacia la sostenibilidad.

#### ¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tiene fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios, para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisivo a nivel internacional?

Si la tiene porque tenemos muchas OPFHs y a través de estas Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas se puede, por ejemplo, canalizar ayudas para la regulación

de mercados o para fijar un precio mínimo. Tenemos la capacidad y el poder, pero desconozco la causa de por qué no se desarrolla, se informa y se llevan a ejecución proyectos en esta dirección. Además, las Administraciones Públicas apoyarían y respaldarían este tipo de actuaciones y trabajos.

## MEDIOAMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE

### ¿Qué se ha hecho bien en este ámbito?

Fundamentalmente el control biológico y me consta que todos los años el sector se esfuerza por no bajar la guardia, y se continúe haciendo porque es la única manera de controlar plagas y enfermedades de forma efectiva y sostenible.

### ¿Cuáles son las tareas pendientes y/o problemas a resolver?

Un uso más eficiente del agua. Lo hacemos muy bien, pero tenemos margen de mejora y tenemos que hacerlo porque estamos en Almería. La gestión de residuos y de los subproductos agrarios. Existe tecnología suficiente, adecuada y rentable para afrontar estos problemas que afectan tanto a la naturaleza como a la imagen. También se trata de una cuestión de concienciación y de educación ya que tan importante es invertir en los sistemas de producción como en la gestión de los residuos que se generan en ellos.

## FUTURO DEL SECTOR

### ¿Cómo afronta el sector la necesaria transformación tras el covid-19 (e-commerce,

### diversificación, digitalización, etc.) y la salida de Reino Unido de la UE?

El Brexit afectará, desconozco en qué medida, a la llegada de ayudas de la Unión Europea a almendros y ganadería. El descenso de ingresos procedentes del Reino Unido junto con la deducción del cómputo de su población, llevará a una necesaria redistribución de los ingresos entre los países de la Unión.

En cuanto al covid debería de habernos dejado a todos claro ciertas cosas, como por ejemplo que es lo realmente importante, es decir, el sistema de salud, la investigación y los alimentos y todo ello desde un prisma diferente al actual que sería el de respeto a la naturaleza. Estas tres patas son fundamentales y se pondrían asimilar a las tres patas de un trípode, es decir, que sin una de ellas, no se mantendría en pie.

Somos una actividad esencial y tenemos que estar trabajando incluso en tiempos de pandemia porque todos (sanos y enfermos, confinados y trabajadores, niños y mayores...) tenemos que comer al menos tres veces al día. Tenemos que tener claro en este sentido que el control biológico es el camino, que la digitalización del sector es fundamental, que el asesoramiento se puede hacer de forma más efectiva en jornada intensiva y utilizando herramientas tecnológicas, que el teletrabajo es posible, rentable y necesario para el nuevo futuro que estamos viviendo.

Un deseo. Me gustaría que los padres de ahora tuviéramos la suficiente luz clara para, sobre todo en estos tiempos de pandemia, que nos ha afectado o incluso transformado de alguna forma, saber orientar a nuestros hijos a realizar su camino de vida en igualdad y con amor en el más amplio sentido de la palabra.





**D** | *“El mundo avanza rápido  
y si te paras, te quedas atrás”...*

# María del Carmen Galera Quiles

Directora General del Centro Tecnológico TECNOVA

Edad: 50 años

Nivel de estudios: Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

Nací en el sector, provengo de una familia de la Comarca de Los Vélez, un entorno rural, dedicado, esencialmente, al cultivo del almendro y del olivo.

### ¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?

Crecí en un entorno rural y cuando eres joven, tienes el poderoso deseo de salir de ese medio y acceder a todos aquellos servicios de los que carece el sector rural. Indudablemente, el camino es el de la formación, por lo que me licencié en Ciencias Económicas y Empresariales en la Universidad de Málaga. Finalizados mis estudios, mi primer trabajo fue poner en marcha un departamento de contabilidad en una asesoría donde nadie tenía conocimientos en la materia.

La realidad es que nunca pensé trabajar en el campo y no me gustaba, pero en el año 1996, surge el programa de Desarrollo Rural en Los Vélez, ofertándose tres vacantes, una a nivel administrativo, otra a nivel técnico y la de gerente. Presenté mi candidatura a las tres y

gané el puesto de gerente, que desempeñé durante los cinco años siguientes, a lo largo de los cuales me resultó apasionante trabajar en el sector de forma activa.

Posteriormente y por motivos de índole personal, decido trasladarme a Almería, momento en el que surge la vacante en TECNOVA, empresa a la que accedo hace veinte años y en la que desempeño hoy día mi trabajo como Directora General. En sus inicios, TECNOVA es una idea sin proyecto, con unos estatutos recientemente constituidos. Así recuerdo como en la primera reunión con su primer Presidente, a mi pregunta de qué era TECNOVA, su respuesta fue “TECNOVA será lo que tú y yo queramos que sea”.

### ¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?

No ninguna. Cuando empecé en el año 1996 fui la única mujer, la gerente más joven de los cincuenta Grupos de Desarrollo de todo Andalucía. Tan sólo recibí un comentario ciertamente anecdótico de un miembro de la Junta Directiva quien, a mi llegada comentó, el maletín era más grande que yo.

### ¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?

Una buena formación. Aptitud y actitud para llegar a la fuente cuando careces del conocimiento. Confianza en una misma y determinación.

### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?**

Otro punto de vista diferente, otro enfoque, otra forma de ver las cosas. Trabajo mucho con hombres y la adopción de determinadas decisiones las han fundamentado en el hecho de que soy de pueblo. Pero a mí me gusta cambiar el sentido de esta valoración con una reconversión positiva, pues la gente de pueblo al tener pocos recursos tiene mayor ingenio y con ello me quedo.

El ser mujer tiene la ventaja adicional de que la toma de decisiones se realiza de manera más consensuada, pero al tiempo más conservadora por la valoración más incisiva del riesgo, circunstancia a la que el hombre no aplica de igual forma, apostando con mayor valentía lo que lleva a que cuando gana, gana mucho pero cuando pierde, lo hace en la misma proporción.

## **SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR**

### **Fortalezas del sector**

Entre las grandes fortalezas del sector destacaría el hecho de que es un sector que se ha hecho así mismo, con una extraordinaria capacidad de adaptación permanente a las necesidades del mercado en cada momento. Ello le ha llevado a consolidar su magnífico posicionamiento tecnológico en la industria auxiliar, fijado entre los cinco primeros a nivel mundial. A ello se une que es un sector con un personal técnico altamente cualificado.

Así otros sectores no cuentan con una Universidad especializada en agronomía y agricultura intensiva, como ocurre en la provincia de Almería.

Además, se produce en Almería una gran concentración de laboratorios por metro cuadrado, lo que se traduce en una mayor garantía de salud y de calidad de nuestros productos. A esta gran concentración de laboratorios hemos de sumarle la existencia de cuatro centros de investigación ligados al sector agrícola.

Finalmente, tenemos que hacer obligada mención al cultivo bajo plástico, tan demonizado, cuando la realidad es que es un cultivo mucho más sano, toda vez que se ejerce un control total de todas y cada una de las condiciones de su producción.

### **Debilidades. Problemas**

#### **¿Qué cambiarías del modelo actual?**

La mayor debilidad del sector es, sin duda, nuestra incisiva condición unipersonal que nos lleva a no ser capaces de tener una visión conjunta del sector. No somos capaces de vender marca-país, hasta el punto de que no somos ni de España, ni de Almería, somos del Levante o del Poniente, o de una cooperativa u otra, ejerciendo una competencia entre nosotros mismos que se traduce en una reducción máxima de márgenes y beneficios.

A ello se une la falta de consideración por parte de los Gobiernos de todo signo, de la agricultura como un activo, como creador de empleo y de riqueza. Así, a título ilustrativo y como experiencia vivida en primera persona, puedo relatar como desde TECNOVA llevamos en un proyecto muy concreto una negociación a nivel de Gobierno en la que nos

vimos muy solos, sin apoyo institucional de ningún tipo, al punto que recibiendo la visita de un Ministro del Gobierno de Egipto, no hubo representación institucional española de ningún tipo, representación que si se formalizó una vez ganada la licitación que obtuvimos, como recompensa a ese trabajo, a ese esfuerzo y a esa lucha en soledad.

Asistimos, en definitiva, a una falta de puesta en valor de nuestra agricultura, como agricultura rentable de alto rendimiento y agricultura del futuro, obviando el que la agricultura de hoy día es una verdadera industria de producción de frutas y hortalizas, donde la toma de decisiones y el control se puede ejercer vía remota, pero, con la luz de que está garantizada la subsistencia del futuro con las nuevas generaciones. Debilidad también encontramos en la dificultad para encontrar personal en el sector tanto a nivel de campo como a nivel de técnico. Debilidad aún mayor la encontramos en la falta de infraestructuras que lleva que Almería siga, a día de hoy, totalmente aislada.

En cuanto a recursos, la gran debilidad lo constituye la escasez de agua y el carácter limitado de los acuíferos. Si bien es verdad que se está trabajando intensamente en la optimización de su uso, no podemos el olvidar el hándicap que constituye el elevado coste de su desalación.

Finalmente, no sé si como debilidad o como reto, concluiría aludiendo a la necesaria revisión del modelo pues, lejos de estar agotado, está en rampa de salida para ser un modelo pionero a nivel mundial donde seamos líderes en alta productividad, con criterios de rentabilidad y alineados con la comercialización. Pero esta rampa requiere de la existencia de un sector estructurado y de un líder que ilumine y guíe ese lanzamiento de nuestra agricultura, de nuestro modelo y de nuestro sector.

Es nuestra responsabilidad darle al agricultor los recursos para garantizar el futuro de las próximas generaciones. El trabajo difícil ya está hecho ahora SOLO nos queda hacer competitivo el modelo para todos los eslabones de la cadena, empezando por el agricultor.

### **¿Crees que el producto almeriense tiene valor añadido?**

Lo tiene pero puede tenerlo aún mucho más pues aún los tres pilares básicos de experiencia, conocimiento y tecnología. Es necesario salir de nuestra zona de confort, pero tenemos que hacerlo todos, bancos, políticos, industria, productores y comercialización. Es necesario salir al exterior y conocer la oferta y la demanda para ser capaces de adaptarnos al contexto mundial actual ya que el mundo avanza rápido y si te paras, te quedas atrás. Hemos de tener muy presente que vamos a entrar en un modelo de agricultura ecológica, habrá una mayor diversificación del producto, lo que permitirá con la especialidad marcar ese precio, gran caballo de batalla de este sector.

### **¿Crees que el campo almeriense es innovador?**

Sin lugar a dudas este sector es un sector claramente innovador por la capacidad de adaptación permanente del agricultor y de su industria auxiliar. Nuestro campo es un campo que se está reinventando constantemente. Semillas, fertirriego, lucha integrada y control del clima son clara muestra de ese marcado carácter innovador.

Si aunáramos el conocimiento de que disponemos a todos los niveles, junto al valor increíble de la autosuficiencia de nuestra agricultura, carente de fuentes subvencionadas, y la producción permanente del agricultor intensivo, no tendríamos límite.

**¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tiene fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios, para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisivo a nivel internacional?**

Si bien carecemos de esa fuerza en el momento que vivimos, tenemos el potencial para serlo. Pero esa fuerza pasa por entablar y lograr un diálogo sólido en la estructura interna del sector, por hacer autocrítica reconociendo nuestras carencias que nos permitan dibujar una estrategia de actuación.

Pero no es el agricultor quien tiene que atender a estas cuestiones, sino que somos determinados entes quienes nos tenemos que sentar a definir sólidamente la agricultura de los próximos veinte años, cuestión a la que, lamentablemente, ya vamos tarde.

## MEDIOAMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE

**¿Qué se ha hecho bien en este ámbito?**

Se han hecho bien cuatro puntos fundamentales en los que todavía tenemos largo recorrido en el que avanzar: agua, biodiversidad, residuos y respeto de los espacios naturales.

Respecto al agua, el avance ha sido espectacular, pensemos el cambio y la eficiencia alcanzada con la transformación del regadío de manta a goteo. Biodiversidad, control biológico y lucha integrada son grandes aspectos de una de las cuestiones que están permitiendo a nuestra agricultura defender su posicionamiento a nivel mundial.

En lo que a los residuos se refiere, si bien es cierto que se ha logrado una buena ordenación del sistema, es necesario que se aúnen las fuerzas públicas y privadas y avancen de la mano, para evitar que recaigan carga y responsabilidad en la figura del agricultor.

Finalmente, si algo le debemos a nuestro modelo, es el escrupuloso respeto que ha mantenido nuestra agricultura con los espacios naturales, terrestres, pero también marinos. Prueba de ello es la concentración invernada en zonas geográficas perfectamente delimitadas.

**¿Cuáles son las tareas pendientes y/o problemas a resolver?**

La gran tarea pendiente es el agua. El agua es el recurso que, en agricultura, nos permitirá avanzar o nos pondrá freno. Es esencial invertir y trabajar en desarrollos tecnológicos que nos permitan obtener, de un lado, agua de mar desalada a menor coste, y de otro, una adecuada y permanente recirculación del agua para reducir y, en definitiva, evitar la contaminación de los acuíferos.

## FUTURO DEL SECTOR

**¿Cómo afronta el sector la necesaria transformación tras el covid-19 (e-commerce, diversificación, digitalización, etc.) y la salida de Reino Unido de la UE?**

No creo que ninguna de las dos cuestiones, nos lleven a la configuración de un nuevo escenario. Por un lado, el Brexit afecta a un porcentaje del sector, en términos de exportación, pero no excesivamente sensible.

De hecho, no afecta ni a nuestro sector industrial. No obstante, ante estas y otras circunstancias que marca la realidad mundial, si definiría como esencial avanzar en la diversificación de la producción para lograr ser más competitivos, definiendo como ideal el objetivo de conformar un lobby comercializador único, que pueda ofrecer al agricultor una garantía. Un precio cierto que permita al agricultor definir el proceso en sentido inverso, disminuyendo la incertidumbre,

maximizando sus recursos, con la minimización aparejada de sus costes.

En cuanto al covid no es un escenario que afecte ni a la producción ni a la comercialización, salvo por contagio que llevaría al necesario cierre de instalaciones, toda vez que producimos un producto de carácter perecedero. Es necesaria, por tanto, una mayor concienciación del sector, a todos los niveles y no bajar la guardia.



**D**<sub>M</sub>

*“Con sol y un poquico de ná,  
vamos tirando”...  
(Juan Goytisolo, Campos de Níjar)*

# Francisca Iglesias Galera

Secretaria general Unión de pequeños agricultores y ganaderos (UPA)

Edad: 53 años

Nivel de estudios: Ingeniera Agrónoma

—

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

Mi familia es una familia de agricultores y la actividad familiar es lo que siempre más me ha llegado y llenado. Estudié Ingeniero Técnico Agrícola por vocación, tanto, que me trasladé a Sevilla a cursarlo pues, por aquél entonces, aún no se impartía en la Universidad de Almería.

### ¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?

Empecé a trabajar el 12 de diciembre de 1988, fecha que recuerdo por ser el día de huelga general, en una empresa dedicada a Catastro en municipios. Ese primer trabajo supuso un gran aprendizaje que me llevó, por un lado, a conocer todos los modelos agrarios y, por otro, a poner en práctica los conocimientos adquiridos en mi formación como Ingeniera Técnico Agrícola. Este trabajo me llevó a recorrer toda España y a adquirir un conocimiento que no hubiera podido adquirir de otra manera.

De ahí me presenté a una vacante como técnico en UPA y empecé a trabajar el primer año, con un contrato no remunerado y fui, poco a

poco ampliando las horas y las responsabilidades asumidas. Fui, a partir de ese momento, accediendo y asumiendo cargos representativos y de responsabilidad. El primer cargo que asumí fue el de Secretaria de ganadería y luego de organización. Tras ello, decidí en 2001 presentarme, de manera análoga a lo que sería una moción de censura, al cargo de Secretaria General, inicialmente como provisional y tras el Congreso, me incorporé ya como miembro de la Ejecutiva Federal de UPA a nivel nacional, siendo responsable de frutos secos. En la actualidad, soy también la Vicepresidenta de Hortiespaña.

### ¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?

Hace unos años me preguntaron cómo había conseguido llegar donde estoy y conteste que pegándome codazos con todo el mundo.

He tenido barreras personales de todo tipo, por ser mujer, por ser madre, por la distancia de vivir lejos de Almería, etc. Lo que, en definitiva, pone de manifiesto que la mujer tiene que hacer tres veces más que lo que hace el hombre, con el hándicap adicional, de la dificultad que encontramos para conciliar la vida familiar. El problema no es encontrar barreras, sino saber superarlas.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

Sobre todo, mujeres que sean la imagen de lo que quieren otras mujeres ser. Mujeres referentes que las lleven a pensar que si ella puede yo también puedo. Cuando yo empecé a trabajar en UPA era la única mujer, pero a día de hoy el reparto con los hombres es totalmente equitativo. En el caso concreto de Almería, somos cinco mujeres y dos hombres.

Junto a la existencia de esas mujeres referentes, modelo a seguir por tantas otras, es necesaria una revisión del sistema de trabajo. En este sentido, la realidad pasa por que la mujer tiene un concepto de gestionar la empresa totalmente distinto al hombre. Así, nosotros tenemos implantado un sistema de trabajo y gestión que a mí me gusta denominar nórdico-japonés, que parte de la idea de que la eficiencia no se mide en horas trabajadas, sino en el trabajo efectivo desarrollado. Nuestro sistema es nórdico pues soy yo quien gestiono mi propio trabajo al margen de la exigencia de las ocho horas de la jornada laboral diaria. Y es japonés porque desempeño mi trabajo en la empresa como si esta fuera mía. De esta manera el trabajo es mucho más productivo y de mayor calidad, permitiendo la conciliación familiar en su más amplio sentido.

### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?**

Hemos aportado muchas cosas. La creación de la interprofesional Hortiespaña, que ha permitido que las subvenciones sean más directas a los productores de la zona interior de la provincia. Aportamos cambiar el sistema de ayudas a los almendros. Mi mayor aporte ha sido la agricultura sostenible y la economía circular. Esta idea ya la transmitía en 2001, pero nadie creía en mí, despertando incluso

risas. La ecología es esencial desde el momento en que nosotros no podemos competir en cantidad con otros países, pero sí en calidad. Hemos conseguido, en este sentido, la incorporación de agricultores a la agricultura ecológica de frutos secos. Intenté la misma línea en la ganadería ecológica, pero a la fecha es aún mi tarea pendiente. En 1998 hicimos un curso de gallinas ecológicas y, han tenido que transcurrir largos años, para poder contar con cinco granjas, siendo la mayoría de esas granjas de mujeres. A día de hoy estamos a punto de incorporar una sexta granja, a cargo de una joven agricultora.

En la actualidad estamos desarrollando dos importantes proyectos, a saber:

- Instalación de invernaderos de cristal que permitan aprovechar la energía del sol, con la instalación de placas solares en su parte superior de manera que el agricultor pueda obtener una renta adicional de la compañía suministradora de electricidad que de esta manera le permita tanto la cobertura de la inversión inicial como la obtención de un beneficio sostenido posterior. Al tiempo la obtención de energía por esta vía permitirá que las compañías suministradoras sean más competitivas.
- Un trueque establecido entre el agricultor y el ganadero, ecológicos ambos, de manera que el agricultor facilite al ganadero el destrío de su producto ecológico de manera que el ganadero no tiene que adquirir pienso, y el ganadero facilita a ese agricultor el estiércol de su ganadería ecológica para su uso como abono.

La realidad es que aun cuando estos proyectos son de gran aceptación, requieren de una infraestructura e inversión de la que no disponemos, puesto que ni la Administración Autónoma ni la Estatal liberan la partida presupuestaria correspondiente.

## SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR

### Fortalezas del sector

Nosotros producimos una agricultura de gran calidad. Lo bueno no es caro, es bueno. Ese es el mensaje que hay que dar. No podemos producir lo mismo porque no podemos competir, tenemos que producir mejor. Por tanto, calidad, un sector estructurado muy innovador y una industria auxiliar tremendamente desarrollada, son las grandes fortalezas de nuestro sector.

### Debilidades. Problemas

#### ¿Qué cambiarías del modelo actual?

Los problemas son dos, los costes de producción, el agua y su precio. Respecto a los costes de producción, la vía de reducción es la de la concentración de la oferta.

En este sentido la aprobación de la Ley de la cadena, no siendo la panacea, si es esencial para evitar la venta por debajo de costes, protegiendo a los eslabones más débiles de la cadena, cooperativas y alhóndigas, además de al agricultor.

Respecto al agua, Almería es una provincia deficitaria, pero tenemos los dos condicionantes, el sol y el mar para desalarla. Me remito a la ilustrativa frase de Juan Goytisolo en la obra Campos de Níjar que reza en Almería, “con sol y un poquito de ná, vamos tirando”.

**¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tiene fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios, para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisorio a nivel internacional?**

Eso es algo que depende de nosotros. Políticamente hemos delegado esa representatividad en los responsables políticos, pero somos nosotros los que tenemos que tomar las riendas y lo digo desde mi posición, que siendo humildes hemos cambiado grandes cosas y lo hemos conseguido porque hemos querido que así fuera. Tenemos que unirnos. Esa es la clave y el camino. Prueba de ello es que las organizaciones agrarias nos hemos puesto de acuerdo para hacer las alegaciones a la ley de la cadena y tenemos la fuerza para hacerlo.

Tenemos la fuerza y la herramienta que ha impedido la deslocalización del sector, tenemos la empresa familiar. Aportamos mucho a Europa, pero a Europa tenemos que ir TODOS formando un TODO.

## MEDIOAMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE

#### ¿Qué se ha hecho bien en este ámbito?

El cambiar el modelo de producción a un modelo más sostenible. Teníamos muchos problemas de residuos fitosanitarios que se han ido eliminando hasta llegar a un modelo de agricultura integral. La agricultura es mucho más sostenible porque no utilizamos energías fósiles para producir como lo hace por ejemplo Holanda. Producimos en base al sol.

No podemos olvidar la economía del agua y su uso eficiente. Así, hemos llegado a producir, bajo plástico, un kilogramo de tomates, consumiendo seis litros de agua, frente a los sesenta litros de agua consumidos para producir el mismo kilogramo de tomates al aire libre y/o en otras zonas.

Finalmente, resaltar como también la innovación y la formación son aspectos esenciales que se han hecho muy bien.

### **¿Cuáles son las tareas pendientes y/o problemas a resolver?**

La lentitud para hacer las cosas bien, para tomar las decisiones. Junto a ello tenemos como tarea pendiente la reutilización de los residuos de todo tipo y la limpieza del campo. Respecto al cómo resolver esta situación, yo abogaría por el sencillo sistema de toda la vida del casco de cerveza.

Es decir, en la compra de plástico se abona una cantidad en concepto de fianza por reciclaje, cuya devolución se efectuaría en el momento de la entrega del plástico ya retirado. El reciclaje del plástico con el sistema del casco de cerveza de toda la vida. En este sentido, yo misma me he dirigido a los máximos responsables del Ayuntamiento de Almería, solicitando la retirada de los residuos colindantes con las instalaciones del aeropuerto para evitar transmitir esa imagen de nuestra provincia al ciudadano que llega.

## **FUTURO DEL SECTOR**

### **¿Cómo afronta el sector la necesaria transformación tras el covid-19 (e-commerce, diversificación, digitalización, etc.) y la salida de Reino Unido de la UE?**

Con el Brexit tenemos un problema serio en relación con la exportación y, especial-

mente con Marruecos, toda vez que firmó, a la salida del Reino Unido, un acuerdo bilateral de venta directa. Pero, el consumidor británico es un consumidor que aprecia y valora mucho la calidad del producto, cuestión que no es valorada por consumidores de otros países. Ello hace que los supermercados levanten una auditoria de cada producto que entra en Reino Unido, manteniendo un control muy estrecho. Y Marruecos no le oferta los parámetros de calidad que nosotros ofrecemos. Junto a ello no debemos olvidar que los acuerdos con países terceros se establecen en función del cómputo de ciudadanos de la Unión Europea de manera que si con la salida del Reino Unido desciende la población en 63 millones de personas los acuerdos deberán reducir las cuotas por lo que es necesario revisar los contingentes para la importación de países terceros a la Unión Europea con las consecuencias que de ello derivan.

Finalmente, en cuanto al covid se refiere, tan sólo podemos hablar de incidencia en cuestiones de índole puramente sanitarias y de producción pues la afectación tanto en la producción como en los precios de su comercialización ha sido prácticamente nula.

Nosotros tenemos que creer lo que somos porque somos muy emprendedores en todas las direcciones pasando, indudablemente, por la mujer y alcanzando a toda la sociedad.





**D**<sub>M</sub>

*“Sabores  
ALMERÍA”...*

# María del Mar López Asensio

Diputada de agricultura 2015-2019

Edad: 46 años

Nivel de estudios: Máster Oficial

—  
Coordinadora de Presidencia en la Diputación Provincial de Almería

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

Llego al sector en enero de 2015, cuando tras los comicios municipales de 2014 reincorporada a mi labor de docente en un Instituto de Benalmádena, el Presidente de la Diputación Provincial me llama y me ofrece dirigir el desarrollo agroalimentario de la Diputación que hasta la fecha se reducía a un departamento que ayudaba a algunas empresas a tener presencia en ferias y eventos sectoriales, fundamentalmente Alimentaria en Barcelona y el Salón Gourmets de Madrid a los que la Diputación ayuda meramente como apoyo institucional.

### ¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?

Aterrizo en el sector siendo consciente de la necesidad de que Almería tuviera una imagen como agricultura y como producción artesanal, desconocida por las propias empresas del sector. Se decide avanzar en la idea de crear una imagen de Almería, proyecto que se desarrolla y hace realidad bajo la dirección del

Vicepresidente 1º de la Diputación Provincial, D. Javier Aureliano García Molina.

Como primer paso se realiza una ronda de reuniones con todas las empresas del sector de las que se tenía conocimiento que habían participado con anterioridad en eventos del sector para conocer su perspectiva y realizar un análisis previo del sector, del que se concluye con que no todas las empresas quieren estar bajo el mismo paraguas. Las empresas certificadas no entienden cómo articular posicionarse bajo el mismo sello que las empresas no certificadas.

Entendida la situación, se solventa con la definición dentro del mismo sello de dos categorías, a saber, oro y negro. Solventada esta cuestión esencial y aceptada por las empresas, se avanza en la elaboración de un Reglamento de funcionamiento interno.

En tanto se va desarrollo el citado Reglamento, se avanza en el diseño de la marca, su nombre y su imagen. Tras trabajar propuestas diversas, se selecciona la imagen de sabores de Almería que obedece a una triple intención.

- SABORES ALMERÍA
- SABOR ES ALMERÍA
- SABORES ESPAÑA ALMERÍA

El emplear dos colores distintos en el logo obedece precisamente a la intención de intensificar el mensaje de que los productos son el sabor de Almería, de que Almería es sabor y de que este sabor es de Almería y es España. Por tanto, escogida la imagen se decide su presentación a empresas potenciales del sector, mientras se sigue avanzando en el desarrollo y la aprobación institucional del Reglamento, de manera que se produjera a su aprobación la incorporación inmediata de las empresas del sector.

La presentación se realiza en el Gran Casino de la Gran Vía de Madrid, acto al que se invitan a cincuenta empresarios, cuyos productos son trasladados por la Diputación Provincial para hacer realidad esta presentación. Con ellos se hace un gran bodegón que preside la presentación, presentándose en una sala del Casino, todos y cada uno de los productos en vitrinas individuales como si de una exposición de joyas se tratara. Durante el acto se proyecta el video con la presentación oficial de SABORES ALMERÍA, contando a partir de ese momento con la incorporación de todas las empresas asistentes y a un coste de incorporación cero. Se aprueba, finalmente, el Reglamento y comienza el funcionamiento de SABORES con más de un centenar de empresas incorporadas a esta marca. A partir de ese momento, todo es avance y desarrollo.

### **¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?**

Cuando eres mujer no sólo tienes que valer, sino que tienes que demostrarlo. No he encontrado barreras, pero sí reticencias por falta de confianza en mí. Es tras la presentación de Sabores, cuando queda demostrado mi trabajo, y empiezan a creer en mí. Hoy día cuando llamo a cualquier empresario, me muestran como se me quiere y respeta.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

La cuestión es que hay mucha participación de la mujer en el sector, lo que no hay es presencia. De hecho, hay muchas mujeres empresarias en este sector.

Las mujeres se preocupan por vender su producto y no su persona y ello, con mayor constancia que el hombre. Las mayores peticiones que recibíamos en Diputación procedían de mujeres buscando siempre la perfección. Todo pasa por que el sector confíe más en la mujer.

### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?**

El hecho de intentar hacer una marca que una a todo un sector, desde la empresa local más chiquitina a la gran cooperativa.

## **SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR**

### **Fortalezas del sector**

Su mayor fortaleza es que el problema es algo que los refuerza. Tienen unas ideas sorprendentes en momentos de crisis. Valentía y voluntad para hacer un producto excepcional. Su perseverancia.

### **Debilidades. Problemas**

#### **¿Qué cambiarías del modelo actual?**

La mayor debilidad del sector es que no creemos lo que hacemos. Por eso era tan necesario hacer lo que hicimos. Unir a todos bajo una misma marca, haciendo que el pequeñito se ponga a nivel del más grande, sin complejos.

### ¿Crees que el campo almeriense es innovador?

El campo es innovador en todo. Basta con volver la vista atrás y revisar el recorrido desde el simple cortavientos, esencia del modelo en sus orígenes, a la actualidad. El campo almeriense nunca dejará de innovar por su situación geográfica y la competencia exterior, de terceros países, especialmente de Marruecos porque, en caso contrario, dejaría de ser competitivo.

### ¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tiene fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios, para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisorio a nivel internacional?

Ahora mismo no tenemos peso por la falta de unión del sector. Si nosotros mismos somos competencia de nosotros mismos carecemos de peso, de fuerza, de influencia y de la posibilidad de ser tendencia.

## MEDIOAMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE

### ¿Qué se ha hecho bien en este ámbito?

El mayor logro ha sido la supresión del uso de pesticidas a los niveles actuales, cuestión en la que el control biológico es el gran avance, traduciéndose en un mayor valor añadido para el producto.

### ¿Cuáles son las tareas pendientes y/o problemas a resolver?

La existencia de un plan estratégico de residuos que revise la localización geográfica de las plantas ya que en la actualidad hay comarcas que carecen de las mismas, así como la revisión de los costes de su traslado.

## FUTURO DEL SECTOR

### ¿Cómo afronta el sector la necesaria transformación tras el covid-19 (e-commerce, diversificación, digitalización, etc.) y la salida de Reino Unido de la UE?

Con el covid es necesario distinguir dos escenarios:

- Cultivo de invernadero que no se ha visto afectado. El agricultor ha podido continuar con el desarrollo de su campaña.
- Productores del sector, productores de otras gamas que se han visto afectadas profundamente por la pandemia, marcando un antes y un después en el necesario desarrollo del comercio electrónico.

Cuando una empresa almeriense triunfa, la provincia triunfa. La empresa genera beneficio y prosperidad con independencia de que quien esté detrás sea hombre o mujer. Desde la Administración tenemos que hacer lo posible para que eso ocurra.



**D** | *“Es nuestra genética de Almería nuestra mayor fortaleza. El valor personal de la gente”...*

# María Teresa Lao Arenas

Ingeniera agrónoma

Edad: 63 años

Nivel de estudios: Doctora ingeniera agrónoma

—  
Docencia, investigación y gestión

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

Siempre he tenido relación con el campo porque vivía en el Valle del Andarax y los veranos los pasaba en casa de mi abuela en Abrucena. Cuando terminé el colegio, decidí, en el año 77, acceder a la universidad y cursar la titulación de ingeniero agrónomo en la Escuela Superior de Ingenieros Agrónomos de Madrid, muy poco habitual en aquella época. Era una carrera de seis años que contaba con un selectivo de carreras técnicas, que sumaba 182 chicos y 2 chicas en Granada. Era una profesión totalmente de hombres y fuimos pocas las mujeres que optamos por irrumpir en la ingeniería, tanto era, que ni tan siquiera comentaba que la cursaba pues llamaba mucho la atención.

### ¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?

Al finalizar mis estudios universitarios, me encontraba ciertamente desubicada trabajando en un consulting en el sector privado, hasta que accedo a la administración pública

como interina. Transcurrido un tiempo, se convocan plazas para el Cuerpo Superior De Ingenieros Agrónomos de la Junta de Andalucía y apruebo a la primera, solicitando plaza en el actual IFAPA de La Mojoneira, lugar en el que trabajo los diez siguientes años, durante los que realizo la parte experimental de la tesis. Es en aquél entonces, cuando me surge la posibilidad de dar clases en la universidad de Almería, a tiempo parcial. Así, inicialmente solicito la compatibilidad en la administración, que me es concedida, pero, finalmente solicito la excedencia, pasando a tiempo completo en la universidad, donde logro la plaza de Profesor Titular, preámbulo de la plaza de Catedrática del Departamento De Agronomía en el área de producción vegetal.

Desde el primer momento deseé dedicarme a la investigación y he logrado mi objetivo profesional y además pagándome.

La investigación es un trabajo intenso, como un encaje de bolillos, por el trabajo experimental que requiere, el procesamiento de datos y el esfuerzo que supone un trabajo conformado. Realmente, es como las telenovelas, ya que cada día vuelves del trabajo pensando que pasará mañana.

La investigación supone profundizar en el conocimiento. Me fascina, me apasiona y me divierte. Tienes tus horas de docencia y de investigación con independencia de la Cátedra.

### **¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?**

Realmente he trabajado mucho en la Administración donde no hay diferencias salariales ni de ningún otro tipo. Sí que es verdad que al final en los puestos de dirección el freno te lo pones tú. “Soy madre de cuatro hijos y nuestros compromisos dentro del entorno familiar nos comen”. Así es que la realidad es una disquisición entre la panorámica legislativa y la cotidianidad real, pues es a las seis de la mañana cuando te permites cualquier tipo de pensamiento, idea brillante y sueño, ya que después se entremezcla la responsabilidad profesional con la familiar, toda vez que sobre nosotras recae el peso de la estructura personal, desde comprar un disfraz para un cumple, hasta cualquier intendencia doméstica. Pero todo ello nos hace más capaces con muchísimos matices a atender. Este es, en definitiva, nuestro gran hándicap al que no encuentro solución.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

En reuniones de mujeres titulares de explotaciones agrícolas mi impresión es que tienen muy asumido el rol de madre, mujer y esposa, siendo el marido el que se dedica a la explotación, siendo, paradójicamente, ellas titulares. En ese sentido, todo funciona, pero ellas no están haciendo las funciones que les corresponden. Son ellas las que tendrían que tener mayor iniciativa en el sector de forma activa. Estas son generaciones más antiguas y sus hijas están ya estudiando el grado con otra perspectiva y filosofía.

Se está produciendo ya un salto generacional que hace que nuestras alumnas tengan claro que su rol es ya el de dirección de la explotación.

En el ámbito de técnicos, las mujeres ocupan ya la mitad de los puestos, sin discriminación y con una buena remuneración y valoración de la mujer.

### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?**

Como profesora, indudablemente, muchas alumnas han sido influidas por mí, por el hecho de ser madre, ingeniera y profesora. En mi grupo de investigación, el noventa por ciento son doctoras. Como ejemplo y profesional, confío haber aportado ideas útiles a futuro. Respecto a los chicos, he contribuido en que puedan ver cómo se pueden tener otros roles de mujer a los que se han acercado y familiarizado.

## **SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR**

### **Fortalezas del sector**

En cuanto a la mayor fortaleza, si cierro los ojos, me parece un sueño el desarrollo hortícola de Almería. He sido testigo de la evolución del sector de los treinta y cinco últimos años.

Su mayor fortaleza es el carácter familiar de la explotación. Han confluído el que sean empresas pequeñas y familiares porque cuando van las cosas mal trabajan todos a una para sacar el invernadero adelante.

Otro gran hito fue el establecimiento en Almería de La Escuela De Ingenieros Técnicos Agrícolas. Ha formado a un número de

técnicos tal, que hace que esté muy bien abastecida la horticultura almeriense, por lo que podemos llegar a todos los agricultores.

Pilar de estas fortalezas es la investigación, en la que la UAL, CAJAMAR e IFAPA son tres grandes centros de referencia. Por ejemplo, el control integrado comenzó en La Mojonera en colaboración con la UAL, con los límites de residuos impuestos por Europa, no sabíamos si éramos capaces de llegar a cumplirlos o se acaba la exportación.

Junto a todo ello, no podemos dejar de mencionar las adaptaciones de las estructuras de los invernaderos, tanto que internacionalmente se conocen nuestros invernaderos como “tipo Almería”. Ha sido un hito tras otro que hemos hecho entre todos, instituciones, cooperativas, y los agricultores que son capaces de absorber todas las innovaciones, a diferencia de lo que ocurre en otras zonas geográficas. En Almería, el agricultor absorbe la tecnología de forma natural.

La financiación de Cajamar y la Administración fueron claves para todo el desarrollo hortícola.

Finalmente, el esfuerzo y la gente. Es nuestra genética de Almería nuestra mayor fortaleza. El valor personal de la gente.

## Debilidades. Problemas

### ¿Qué cambiarías del modelo actual?

El gran problema está focalizado en la comercialización. No tenemos una gran plataforma de ventas que generaría mucho más valor añadido, y evitaríamos la competencia interna.

Tenemos gran cantidad de producto de destrío que se acaba tirando y podría tener

también un gran valor añadido. Habría soluciones a este problema, si las cooperativas fueran capaces de afrontar estos temas.

El secado progresivo a bajas temperaturas sería una solución obteniendo un producto de gran calidad y alta demanda.

El sector no es capaz de hacer en su conjunto una relación de objetivos, problemas y soluciones como la agenda 2030 y que todos se impliquen e integren y vayamos todos a una.

Adicionalmente, sería necesario un apoyo de imagen por parte de la Administración, de la calidad de nuestros productos, a nivel nacional e internacional para fomentar el consumo de estos productos. Así como campañas publicitarias que incrementen el consumo en momentos puntuales y evitar la caída de precios.

Es esencial que el político tenga ideas creativas que ayuden a dar salida a las actividades económicas del sector. Haría falta hasta un museo de la horticultura almeriense, ya que es nuestro gran pilar económico.

Vivimos de espaldas al sector, nos focalizamos solo en producir.

**¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tiene fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios, para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisorio a nivel internacional?**

Tendríamos que estar todos a una. No existe cohesión, ni la imagen necesaria para ello. Necesitamos unirnos, incluso para los embalajes. No se está trabajando la imagen de Almería y de nuestro producto. La unión hace la fuerza, y no tenemos ni unión, ni

fuerza. No estamos trabajando. Esta es nuestra gran debilidad. No tenemos proyecto. No tenemos la necesaria agenda para desarrollar en los próximos años nuestros puntos clave, definiendo quien lo trabaja y como. Nos falla la amortiguación del sistema. No hemos generado las vías que podrían mejorar la economía del sector y nos darían seguridad.

## FUTURO DEL SECTOR

### Futuro y sostenibilidad

He trabajado mucho en fertilización y nutrición aspecto básico en la sostenibilidad. Así que toda la vida he estado aportando, fruto de mi trabajo, mi granito de arena en el afianzamiento de la sostenibilidad del sistema.

Es un problema gravísimo el no hacer una buena gestión del agua o el uso abusivo de los fertilizantes, que es clave.

Falta precisión en su aplicación lo que genera unos problemas de contaminación francamente graves. En el año 98, ya defendí en mi tesis el aplicar los fertilizantes que la planta de verdad fuera a absorber. En ese momento había una gran conciencia social a nivel europeo, limitando legislativamente los fertilizantes vertidos al suelo, que se dejó en un segundo plano con la crisis del 2008.

Es necesario tomar una conciencia medioambiental sólida. Evitaríamos situaciones como las que se están produciendo en la zona de El Ejido dónde tenemos un alto nivel de nitrato, lo que indica, a todas luces, que no han hecho sus deberes. Así el agua del acuífero superior no es apta para el consumo humano, pero si para el riego.

Es necesario producir intensivamente, pero con mayores esfuerzos en el tema medioambiental.

Lo que va a cambiar nuestra vida en el siglo XXI, es el cambio climático al que no hemos considerado, pues seguimos manteniendo unas economías que no son sostenibles con la situación medioambiental.

Si queremos tener un futuro, tenemos que trabajar en la sostenibilidad del sistema. Lamentablemente, la generalidad piensa que el avance tecnológico nos sacará también de esta situación. Pero muchos de los daños causados van a ser irreversibles.

Es necesario que cada uno revisemos todas las prácticas que realizamos a lo largo del día para contaminar menos. No resolvemos hasta que no se genera el problema grave, no somos previsores, no las vemos venir.

### ¿Cómo te ha afectado la transformación digital?

La tengo muy interiorizada a nivel de usuario, pues nos ha cambiado diametralmente la vida. Me ha facilitado mucho la vida. Los ayuntamientos tienen que apoyar a los entornos rurales por la brecha que ha generado.

Es una tendencia en crecimiento que facilitará las grandes labores del campo, además de que la tecnología se ha abaratado.

Tenemos un sector muy fuerte, que necesita mucha unión y necesita mejorar la imagen, logrando una mayor conciencia de sostenibilidad para que nuestros hijos puedan seguir viviendo del sector.





**D**<sub>M</sub>

| *“Creo en la igualdad  
de las diferencias”...*

# Adelina Salinas Clemente

Directora comercial en ZOI agrícola

Edad: 37 años

Nivel de estudios: Arquitecta

—

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

**¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?**

Llegamos al sector en la campaña 2013-2014. Provenimos del sector de la promoción y construcción y las circunstancias de la crisis general y, especialmente las que acompañaron a esa rama de actividad, nos llevaron a reinventarnos y diversificar. Ciertamente teníamos distintas opciones, pero fruto de la combinación del asesoramiento recibido, de nuestra propia formación y de los terrenos de los que disponíamos, nos decantamos por nuestro proyecto actual.

Adicionalmente, sentíamos mucha presión personal por el extenso número de familias que dependían de nuestra empresa en el área de la construcción. Las obras finalizaron y no había trabajo para nadie, lo que nos hizo reflexionar y encontrar una actividad en la que pudiéramos contar con esas familias, objetivo prioritario de nuestro proyecto.

Tanto es así que, construimos nuestro equipo de trabajo incorporando a la gente de confianza del sector inmobiliario al campo, lo que nos

ha dado gran satisfacción, toda vez que es un sector en el que el factor humano es clave, siendo una actividad que se desarrolla sobre la base de la confianza, reafirmandose como una de nuestras grandes fortalezas.

Significativa es, en este sentido, el que una de las correas de transmisión de su padre, Antonio Salinas, , discurre por el devenir de que “todos remamos en el mismo sentido, y quien no quiera remar, que al menos levante el remo”.

**¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?**

No puedo adentrarme en mi progreso profesional dentro del sector, sino es situándome en un momento anterior a él, pues todo lo que tenemos detrás es el punto de partida. En mí, todo empieza en mi FAMILIA que ha sido mi ejemplo tanto a nivel personal como profesional. He sido la única niña y la pequeña de cuatro y he sido educada en la igualdad. Así, tuve una infancia en la que de los once a los diecisiete años jugaba al tenis a nivel de competición infantil, con negociaciones y firmas de contratos que me dieron una madurez, propiciándome un acceso al mundo empresarial temprano. Mi familia y el deporte son connaturales a mí.

Mi enfermedad con diecisiete años me supone un fracaso total y absoluto, pues me obliga a abandonar el deporte al que quería dedicarme personal y profesionalmente. De esta manera, afronto, por primera vez, y en una edad, ciertamente compleja, la gestión pura del fracaso en el que mi familia me guía y enseña a no lamentarme ante el fracaso.

Esta ha sido mi base sólida que me ha permitido afrontar mi escenario profesional y la manera en la que interpreto la igualdad de género.

Comienza en este momento mi etapa universitaria, por lo que vuelvo a salir del hogar familiar, instalándome en Granada para estudiar arquitectura. Continúo mis estudios en la Universidad de Washington en Seattle donde entablo mi primer contacto con materias de sostenibilidad. El proyecto fin de carrera lo último en la Universidad de Melbourne, Australia, lo que contribuye a forjar mi carácter de internacionalización, que deriva en mi necesidad personal de movilidad.

Todo ello, me ha enriquecido ya que a día de hoy el noventa y cinco por ciento de mi trabajo es de internacional y exportación.

Finalizados mis estudios, mi primera experiencia profesional fue precisamente en arquitectura sostenible trabajando en la empresa Cosentino, junto a la que, considerando que es una número uno a nivel mundial, aprendí el significado y sentido de la excelencia.

Es, por tanto, la suma de todas estas experiencias, la que me coloca en el camino en el que estoy, en el sector agro.

Empecé a trabajar con dos de mis hermanos en el diseño de este proyecto, en el desarrollo de la finca en sí, así como en el del modelo de negocio.

Nuestro modelo nace con la idea de diferenciarnos dentro del mercado y de un sector muy asentado ya en el modelo agrícola almeriense con agricultores de toda la vida y grandes cooperativas, con las que competir en volumen o variedad de productos, por ejemplo, sería inviable.

Trabajamos en la consecución de una relación lo más directa posible con el cliente final, centrándonos en el proceso para que este sea lo más eficiente posible, logrando la mayor calidad y frescura del producto, así como el máximo control posible de todo el proceso de cadena de producción y suministro.

En una primera fase, coincidente con los dos primeros años, desarrollamos una superficie suficiente para realizar la comercialización directa por nuestra parte y dirigimos a clientes de envergadura en los principales mercados europeos.

Al tercer año volvimos crecer, y en la quinta campaña duplicamos la superficie de producción propia. A nivel de comercialización, aterrizamos en Europa, Canadá, Estados Unidos y Oriente medio.

Dentro de la empresa mi rol es en la dirección comercial, análogamente a mis hermanos, Antonio en la dirección financiera y producción y Paco en la gerencia.

Lejos de tener una delimitación estricta, estamos conectados, coordinados completamente y con respeto absoluto de nuestras áreas respectivas.

### **¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?**

La desigualdad por razón de género, sigue existiendo a nivel social y cultural, pero nunca he vivido una desigualdad que haya derivado en mi detrimento.

Creo que es esencial mi base sólida de educación y vivencia que hace que diferencias y dificultades que pudieran suponer un reto como mujer, o bien no los perciba como tal o las afronte desde mi propia personalidad sin hacer hincapié en mi género en particular.

En los entornos de influencia en los que vivo, afortunadamente nos encontramos en una lucha por desigualdades más sutiles. A nivel de liderazgo solemos encontrar estos retos, por ejemplo. A este nivel tenemos socialmente asumidos los rasgos masculinos del liderazgo, y la mujer tiende a adquirir esa caracterización masculina para ocupar una posición tradicionalmente de hombres. Pero una mujer con liderazgo cien por cien masculino, no aporta los valores de la feminidad.

Yo creo en la igualdad de las diferencias. Hombres y mujeres somos diferentes, según demuestra la neurociencia o anatomía entre otras disciplinas científicas. Pero también lo son dos mujeres o dos hombres entre sí. Esto deriva en la necesidad de focalizar el esfuerzo en que socialmente se aprecie que las singularidades del liderazgo femenino son igualmente válidas, y no solo en la mujer sino también en el hombre. Tratándose de un modelo de liderazgo diferente, que no débil ni por supuesto inferior. Un buen liderazgo no depende de género, sino de un balance de características apropiadas a un líder en la actualidad.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

Las medidas a adoptar difieren según el rango analizado. Ser coherentes en nuestra empresa y crear las condiciones para que esas igualdades se lleven a cabo. Tenemos la obligación y la moral de ofrecer a mujeres que no viven la igualdad en su casa de poder disfrutarla en el trabajo y que los hombres la reconozcan y sean

conscientes de esa igualdad fuera del ámbito del hogar.

Es pues, esencial, que la mujer se haga visible, pues siempre ha estado muy activa en el campo, pero oculta.

Esta falta de presencia es, podríamos decir, histórica, ya que venimos de un mundo en el que incluso heredaba directamente el marido lo que pertenecía a la mujer, por remarcar uno de tantos disparates.

Concluiría diciendo que debemos luchar por las cosas sutiles pero importantes y que marcarán el cambio, sin caer en la distorsión del propio mensaje y del concepto. No tener reparo de asumir el rol de dirección visible dentro de los entornos familiares. Luchar por aquellas mujeres que, por sus circunstancias, no pueden hacerlo.

### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?**

Un ejemplo más de como un liderazgo femenino dentro del mundo agro es posible, incluso compartiendo dirección con dos hombres. Es una visión nueva que no viene viciada por la tradición en el sector. Mi visión es neutra, sin tradición. Es, en esencia, una visión basada en el conocimiento empresarial y multisectorial. Una visión externa y fresca.

## **SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR**

### **Fortalezas del sector**

Un modelo de negocio favorable, cada vez más profesionalizado en producción y comercialización. Tenemos una experiencia y

un know-how validados. Tenemos mercados emergentes a los que nos anticipamos. Ofrecemos unas cualidades y unas características que otros mercados no pueden ofrecer.

La fortaleza del conocimiento, y el poder de agrupación personal, sin competencia agresiva sino colaborativa, muestra de ello es que viajamos juntos en misiones empresariales y comerciales con un cierto compañerismo profesional que deriva un compartir que, qué duda cabe, nos favorece mucho.

## Debilidades. Problemas

### ¿Qué cambiarías del modelo actual?

Aglutinaría nuestras debilidades en dos grandes pilares, a saber: en la logística por la singularidad de nuestra propia ubicación y localización geográfica, y las dificultades políticas por las trabas administrativas que otros países emergentes no están teniendo, con una mejora de la situación a estos últimos que nos reporta cierta dificultad.

### ¿Crees que el producto almeriense tiene valor añadido?

Sin lugar a dudas y ello es así, porque, en primer lugar, nuestro producto tiene unas características que aseguran y aportan fiabilidad de prácticas sociales muy éticas. A ello le sigue, la calidad del producto en sí, a nivel estricto de producción y del método de cultivo, y finalmente la instalación en la que todo se desarrolla, ya que estamos intensificando, muy considerablemente, el esfuerzo por transmitir la sostenibilidad que va a asociada a nuestro propio desarrollo. Ilustrativo es el recurso del agua.

Pero a pesar de todo ello, tenemos que trabajar mucho por nuestra imagen.

### ¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tiene fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios, para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisorio a nivel internacional?

Si tenemos fuerza, y dependiendo de la temporalidad tenemos más o menos. En invierno tenemos fuerza, pero el precio no lo marcamos nosotros solamente, dependemos también de los diversos factores que afectan el mercado, como agentes climáticos, geopolíticos, etc. que afectan a la ley de oferta y demanda.

Echo en falta fuerza con respecto al mercado americano, cuando se producen cierres de fronteras a nuestros productos temporal o definitivamente. Esta laguna es consecuencia directa de nuestra falta de representación política europea real por luchar por nuestros intereses, cuando la fuerza que tenemos como sector, se disipa en el sentido ascendente.

## MEDIOAMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE

### ¿Qué se ha hecho bien en este ámbito?

### ¿Cuáles son las tareas pendientes y/o problemas a resolver?

Si bien es verdad que somos tendentes a circunscribir el desarrollo sostenible al medioambiente, la realidad es que hoy en día hablamos y, así debemos hacerlo, de sostenibilidad medioambiental, económica y social.

En medioambiente trabajamos a niveles muy elevados. Prueba de ello es nuestra gestión diaria de recursos naturales, especialmente sol y agua, y de reciclaje y gestión de residuos, o la lucha integrada.

A nivel de economía es bastante circular por lo que a nivel de empresa disponemos de una estructura muy consolidada.

Finalmente, en cuanto a sostenibilidad social, cada día se hace más notoria ya que, estamos nombrando y mejorando lo que ya veníamos haciendo y lo vamos mostrando a través de las certificaciones.

Nuestra tarea pendiente es, una vez más, saber mostrar y comunicar lo que realmente somos y hacemos que acallen las continuas campañas destructivas hacia nuestro modelo y sector.

## **FUTURO DEL SECTOR**

### **Futuro y sostenibilidad**

La sostenibilidad es intrínseca a nuestra visión, a nuestra empresa y a nuestro modelo.

Es lo que siempre hemos venido haciendo, pero es ahora cuando lo estamos haciendo notorio, comunicando nuestra sostenibilidad presente y futura en nuestros informes de RSC y ESG.

Finalizo realzando el papel esencial de la mujer para la sociedad en general, agradeciendo iniciativas como esta que redundan en beneficio de la totalidad.

### **¿Cómo te ha afectado la transformación digital?**

Somos una empresa relativamente joven. Nuestra primera campaña fue la de 2013-2014 en la que la digitalización estaba ya muy avanzada. No era la nuestra una visión analítica.

La digitalización nunca nos ha sido ajena, por lo que no podemos hablar de una adaptación, sino de un acompañamiento en el crecimiento.



**D**<sub>M</sub>

*“Nuestro saber cuidar de la gente que trabaja contigo y profesionalizarlo para que, a su vez, cuide de tu cultivo”...*

# Esther Molina López

Agricultora

Edad: 53 años

Nivel de estudios: FP primer grado de auxiliar de clínica

—

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

Nací hace 53 años en Barcelona, de padres y abuelos almerienses. Mi padre trabajaba en Barcelona en una fábrica, pero siempre con la necesidad de volver a Almería. Viviendo en Barcelona, los fines de semana nos íbamos a una masía tradicional y ahí nace la necesidad de relacionarme con el campo, aprendiendo desde mis primeros años, a través de mi padre la cultura del campo.

Así, mi interpretación del sector, al llegar a él con diez años fue realmente difícil, pues yo ya sabía lo que quería.

Sin embargo, mis padres me orientaron a tener un oficio, y esa es la razón por la que comienzo una formación profesional. Yo quería hacer un módulo de técnico agrícola, pero en aquel momento no existía en la universidad de Almería.

De esta manera, intentando seguir el camino que deseaban mis padres para mi estudio formación profesional de auxiliar de clínica.

En paralelo a mis estudios, con dieciséis años comienzo a trabajar en el jornal, ayudando, de manera voluntaria, a mis padres.

Para mí, que mis padres fueran agricultores era un ORGULLO.

### ¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?

A los dieciocho años empiezo a compartir con mi novio una economía común, y con veinticuatro años nos casamos, y durante todo ese tiempo aunque la titularidad de la tierra era de él, la tierra la trabajamos a partes iguales.

De esa manera fuimos, poquito a poco, creciendo, comprando tierras conforme nuestra economía nos lo iba permitiendo.

Continuamos durante los años invirtiendo, hasta el año 2009, en el que llegamos a comprar dos naves, y a día de hoy, cuento con dos hectáreas y media y tres naves.

Hace nueve años, mi cooperativa abre una línea de agricultura ecológica. Mi necesidad de abrirme a ella, no es una necesidad económica, sino una necesidad de hacerlo bien acorde con mi forma de entender.

De hecho, mi padre y mi hermano se arruinaron al intentar de ser ecológicos, y no por falta de medios, sino por falta de herramientas.

Decido, entonces, formarme de manera autodidacta, inscribiéndome en todos los simposios, curso y congresos, pues sólo quería aprender por mi inquietud personal de mejora, pero consciente de la dificultad en la aplicación práctica de estos conocimientos.

Luchaba por lo que creía de manera intensa, superando multitud de obstáculos a nivel social y familiar. Hice estudios con las plantas silvestres e insectos, y en este proceso, dedicas mucho tiempo y dinero hasta que recoges el fruto, proceso que es difícil de entender cuando ya tienes una situación acomodada.

Es hace siete años cuando empiezo a recoger fruto de mi seto de experimentación, que es la interpretación de las plagas y de los insectos beneficiosos. De las plantas autóctonas de la tierra. En el momento en que empiezo a recoger fruto, contacto con el IFAPA, y Las Palmerillas, con Mónica y Estefanía, para compartir con ellos el fruto de mi experimentación, y desde hace cuatro años, se suma a ese compartir Coexphal.

Este contacto se mantiene vivo a través de los años, por la condición de las personas, pues su trabajo es realmente vocacional. Todos mis avances han sido comunicados y compartidos a estas personas sin contraprestación económica de ningún tipo.

¿Por qué?, porque no tengo miedo al fracaso, porque mi niñez se basó en eso, en equivocarse y aprender, reconocer.

He vivido siempre en la comprensión por eso, el ensayo-error no me ha preocupado, y ello me ha llevado a recoger el premio A en verde

a la sostenibilidad, que agradezco enormemente porque es un premio de corazón.

### **¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?**

La realidad es que no existen barreras, pero si hubiese sido hombre no hubiera tardado siete años en que mi trabajo se reconociera.

Ahora con cincuenta y tres años, mis compañeros agricultores me admiran, cuando hasta entonces, el agricultor siempre era mi marido por una mera cuestión cultural del sector y del modelo.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

La profesionalización y el orgullo de ser agricultor, que la mujer tenga y desarrolle ese sentimiento en LIBERTAD.

### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?**

El ser alguien público me ha permitido abrir un poco el abanico a la mujer, impulsando la imagen de que sea gestora de su tierra.

## **SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR**

### **Fortalezas del sector**

Saber vender la VERDAD, lo que estamos haciendo en este lugar exclusivo, el clima, el cuidado con el agua, la estructura de invernadero, la economía familiar que no existe ni en Europa ni en Marruecos, y el hecho de que siempre hay un consumidor que busca tu producto.

A todo ello, se suma nuestro saber cuidar de la gente que trabaja contigo y profesionalizarlo para que, a su vez, cuide de tu cultivo.

## Debilidades. Problemas

### ¿Qué cambiarías del modelo actual?

Falta de imagen tanto del sector, como propia. Hay que ser brillante y es necesario sentir tu profesión como algo importante, toda vez que todos somos necesarios, sin obviar que ser agricultor es estar en plena constancia con tu creación.

### ¿Crees que el producto almeriense tiene valor añadido?

Creo que debería tenerlo más porque no somos capaces de terminar de vender adecuadamente lo que estamos haciendo y logrando. Se está trabajando y evolucionando pero no nos podemos conformar, hemos de continuar, necesariamente.

### ¿Crees que la agricultura almeriense ha sido innovadora?

Efectivamente, nuestra agricultura es innovadora, pero vamos siempre a “rebufo” de la necesidad, es decir, Almería innova cuando toca fondo, lo que lleva a que, en definitiva, no exista la necesaria anticipación en la innovación.

### ¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tiene fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios, para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisorio a nivel internacional?

Si bien no somos capaces de incidir directamente en los precios y establecer márgenes adecuados en la producción y venta, ya que se reduce esta actuación a una esfera netamente política, sí que tenemos capacidad de marcar tendencia en la medida en que somos diferentes y exclusivos.

## MEDIOAMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE

### ¿Qué se ha hecho bien en este ámbito?

### ¿Cuáles son las tareas pendientes y/o problemas a resolver?

Que se han hecho cosas bien es innegable, y las que no se han hecho bien ha sido por que no existen las herramientas pues ni siquiera existe la información necesaria y suficiente para llevarlas adecuadamente a cabo.

Quizá uno de los mayores retos actuales es mejorar en la sostenibilidad, de hecho, los retos experimentales tendrían que ser Decreto Ley. Junto a ello, tenemos largo camino que recorrer para lograr que los restos vegetales se destinen al lugar correcto.

## FUTURO DEL SECTOR

### ¿Cómo te ha afectado la transformación digital?

A la fecha, me digitalizaré el año que viene, pero me gustaría decir que de la máquina no me fio, la iré vigilando de cerca hasta llegar al convencimiento de que me puedo fiar de ella. Creo que, en definitiva, la dificultad está en desaprender.

En cuanto a la digitalización a nivel de usuario personal, hago uso de ella en el día para comunicar mi labor, a través de redes sociales.

## **Futuro y sostenibilidad**

El futuro está en nuestras manos así como en nuestras manos exigir a nuestras líneas de comercio lo que nos pertenece.

Nuestro futuro pasa por ser capaces de vender sello Almería. Hemos de caminar hacia el control biológico por conservación y el cuidado de la tierra como ser vivo.

Investigación, esa es la clave.

La biodiversidad es una necesidad, lo pide el propio campo.





**D**

*“Formación, educación y confianza son clave”...  
“Compartir te hace más fuerte”*

# Josephine Cuadras

Gerente en Cuadraspania

Edad: 51 años

Nivel de estudios: ESC Business School (Escuela superior de negocios de Marsella).

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

Nací en el seno de una familia del sector Agro, pero con independencia de ello, realicé mis estudios y mi especialización académica, lejos del Agro. Me atraía la esfera empresarial, por eso hice una Business School. Por ello, mi vinculación profesional con anterioridad a mi llegada a Almería, fue en una de las famosas “Big four”, en labores de auditoría y contabilidad, y por tanto, totalmente ajeno a este sector.

Es en el verano de 1997, cuando con 27 años, decidí trasladarme con mi pareja de entonces a Almería, dónde ya residía mi padre desde 1992.

Montamos entonces nuestra propia empresa, concretamente unos invernaderos para la producción de plantas aromáticas, como albahaca verde y roja, eneldo, hierbabuena, etc. La producción salió con muy buena calidad pero requería de mucha mano de obra, así que, al año, coincidiendo con la ruptura de mi relación, cerramos esa empresa.

En noviembre de 1997 con mis padres y mi hermano Antoine ya habíamos creado la empre-

sa Cuadraspania s.l., aproveché ese cambio en lo personal, para volcarme al 100% en el proyecto familiar.

Muy pronto, a raíz de problemas de salud, mi padre decide dejar la gestión diaria de la empresa para dedicarse a viajar por el mundo sin descanso. Antoine y yo cogemos entonces la responsabilidad de Cuadraspania s.l., con unas 15 hectáreas de escarola y alcachofa violeta, unas 15 personas a nuestro cargo, y una producción exclusivamente de invierno. Tratamos enseguida consolidar nuestra actividad con una producción de verano, aprendiendo “sobre la marcha”.

### ¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?

Mi trayectoria profesional ha ido siempre de la mano de la empresa, desde la base, toda vez que hemos participado de todas las actividades y eslabones, es decir, he plantado, he conducido un tractor, he recogido la lechuga, etc, movida por el objetivo, en todas las etapas en conseguir la máxima calidad, tanto en el producto, como en el servicio al cliente. Por ello, he trabajado siempre con el horizonte del largo plazo, sin focalizarme en el coste de hoy, sino en lo que puedo obtener mañana.

Así, dos son los pilares de mi progreso, a saber:

1. Una relación muy cercana al cliente, escuchándolo en todo momento, y aprendiendo de los errores.
2. Una relación muy “familiar” con todo el equipo directivo.

Es la conjunción de ambos, lo que ha permitido que, año tras año, hayamos ido creciendo un diez por ciento de media, pero no como respuesta a un business plan, sino de una manera natural y acompañada, totalmente improvisada.

¿Y por qué de manera improvisada?, porque buscar el crecimiento por el crecimiento no fue nunca un objetivo en sí. Nuestra expansión, es paralela a la expansión de nuestros clientes y de nuestros productos.

La empresa fue creciendo con el tiempo, haciéndose cada vez más compleja, circunstancia que nos llevó a focalizar el esfuerzo en la organización interna, en la que la comunicación y la formación se configuran como son sus dos grandes puntales.

De hecho, la entidad y el peso de la comunicación crece con el tamaño de la organización, toda vez que la comunicación, en muchas ocasiones, se desvirtúa, lo que deriva en la esencialidad de definir procesos.

Del mismo modo, pongo énfasis con mis colaboradores directos, en el hecho que el 90 % de las deficiencias vienen de la organización, y no de las personas en sí. Este enfoque obliga a la autocrítica y empuja a la mejora continua. Pero sin duda, lo que nos mueve es nuestro reto permanente de guardar la unidad familiar, la unidad de empresa y transmitirlo a las quinientas personas que, a día de hoy, forma-

mos parte de un gran proyecto llamado Cuadraspania s.l.

Es esencial que los mandos intermedios consigan impregnarse de esos valores porque, ellos son mis manos y mis ojos. Para mí es esencial transmitir el sentimiento de pertenencia. Tenemos que ir más allá y entender lo que no se ve.

En definitiva, mi puesto sigue siendo el mismo desde el inicio, sin embargo, las funciones han ido cambiando mucho, muchísimo; es verdad que ha implicado un gran enriquecimiento personal pero igualmente una “remise en question” permanente, con la necesidad de responder a las nuevas incidencias que se plantean en el día a día. Busqué apoyarme en el análisis de las mismas, y la mejora continua, sin anclarme al puesto.

Cada etapa ha sido muy interesante; las últimas etapas, quizá, han sido las más difíciles porque, no hay duda de que siempre tienes que volver a encontrar tu sitio.

### **¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?**

Barreras externas como tal no. Es más, diría que somos nosotras, las mujeres, las que nos ponemos las limitaciones, porque, a diferencia del ego del hombre, dudamos de nosotras mismas. Las mujeres somos más proclives a escuchar, en lugar de antepoñernos, y es el hombre el que es escuchado.

En mi opinión, el foco debiera estar, por tanto, en la educación de la mujer, sobre la base de la autoconfianza. En el trabajo siempre recalco “dedica tu energía a lo que está en tus manos, no en lo que no depende de ti”.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

Nuestra forma de ver el mundo, nuestras ideas rompen con el molde establecido por el hombre. Es importante no juzgar, uno y otro son enfoques diferentes, sepamos dejar espacio a cada uno y sacar provecho de todo.

Durante siglos, el hombre es quien ha manejado el mundo, con la mujer presente siempre en la sombra; hoy en día la mayor participación de la mujer, pasa necesariamente por su voluntad fehaciente de participar, por su arrojo, por no tener miedo a coger el mando. En esta empresa hay muchas mujeres porque lo que transmitimos es que todos somos iguales.

Es necesario poner en valor el liderazgo de determinadas mujeres y mostrar cómo, verdaderamente, funciona, recordando que hoy día las tareas son comunes, y aptas para toda persona con la formación correspondiente.

#### **Formación, Confianza y Educación son clave.**

El mensaje que tenemos que transmitir: “no hay desigualdad”, pues tú, al margen del género, puedes llegar donde tú quieras.

#### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?**

Soy francesa y, por tanto, no tenía vínculo alguno con la provincia de Almería. Mi aportación se circunscribe a mi participación en todo aquello en lo que se me requiere, foros, conferencias, charlas empresariales, etc.; compartiendo lo bueno y lo malo, pues se traduce en una oportunidad real de aprendizaje.

Es esencial salir del nido y enriquecerse con el oxígeno del entorno. Por ello, siempre trato de decir “sí” a la hora de participar. Me siento súper orgullosa de aportar y poder compartir experiencia, cariño y amistad.

## **SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR**

### **Fortalezas del sector**

El sector tiene una capacidad y un potencial en sí mismo abrumador. Tiene la capacidad de producción e innovación porque, producir lo que producimos, con la calidad que producimos, que es realmente, única.

Pero, esta capacidad del sector, no sería factible sin el capital humano que lo forma, sin su potencial de adaptación a cualquier circunstancia, incluso a la de mayor complejidad que, históricamente haya tenido que solventar como es, quizá, la excelencia del servicio prestado a la sociedad en general, durante la pandemia, garantizando la producción y su llegada a destino.

Finalmente, la fortaleza del sector queda resumida en su capacidad de responder a un mercado europeo con un nivel de exigencia muy alto.

### **Debilidades. Problemas**

Más que debilidades, son asignaturas pendientes, puesto que podemos revertirlas.

Nos falta, ante todo, un lobby con poder de comunicación y alcance.

Es absolutamente increíble: vendemos alimentos y salud, somos un sector estratégico y al mismo tiempo no “existimos”.

Ejemplo ilustrativo lo encontramos en la televisión francesa que, cuando hablan de Almería, habla de la ilegalidad de la mano de obra o del demonizado plástico, cuando en

realidad las exigencias por parte de las certificadoras de calidad, como el Global Gap, y muchos otros, es mucho mayor.

Por otra parte, la integración de la mano de obra, de tantas nacionalidades es, indudablemente, una de nuestras grandes fortalezas.

El mayor problema es que esta mala imagen que se proyecta desde fuera, no tiene respuesta por nuestra parte. No tiene respuesta, tanto por la falta de apoyo desde la esfera institucional, como por la falta de unión y capital. Somos un sector con pocos recursos para la comunicación y se nota.

Por otra parte, es necesario dejar a un lado en este sentido, el interés particular por el bien común, poniendo en valor el potencial que tiene Almería.

A esta falta de imagen y de unión, sumamos la falta de coherencia por parte del poder legislativo -europeo-. Si lo que prima es la defensa de la salud del consumidor europeo entonces establecemos reglas idénticas a nivel europeo para todo producto consumido en el territorio de la EU.

Se dice que somos en invierno la huerta de Europa: nuestras circunstancias y características, son únicas. No creo que prescindir de nosotros sea una decisión estratégica acertada...

### **¿Crees que el producto almeriense tiene valor añadido?**

Indudablemente, nuestro producto tiene un gran valor añadido. De ahí el cumplimiento de los estándares y requisitos, legalmente exigidos. Pero no lo valora el consumidor pues, una vez más, no somos capaces de llegar con ese mensaje.

### **¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tiene fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios, para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisorio a nivel internacional?**

Como venimos diciendo, el potencial de Almería es importante a nivel Europeo. De hecho, si decidiéramos no producir, dejaríamos un hueco muy importante, pero es totalmente invisible. Si tenemos algún problema de producción, directamente hay una incidencia en el precio, pero, una vez más, derivamos en que tenemos peso pero no tenemos presencia, de ahí la importancia de dedicar recursos y esfuerzos comunes en la promoción del "lobby Almeriense en Bruselas".

## **MEDIOAMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE**

### **¿Qué se ha hecho bien en este ámbito? ¿Cuáles son las tareas pendientes y/o problemas a resolver?**

Se están cumpliendo las reglas, y muestra de ello, lo encontramos en la producción biológica en la que el invernadero, frente a la injusta demonización del plástico, cumple con su función de protección medioambiental.

No podemos poner la agricultura en contra del medio ambiente y del entorno. El agricultor vive de la tierra: la tierra es parte de su ADN. Todos los que la trabajamos, buscamos cuidarla, es nuestro pan y realizamos cada vez mayor esfuerzo ayudado con una innovación permanente, sin ningún tipo de limitaciones.

Me llama la atención que quien más habla de ecología es muchas veces, quien menos relación tiene con la tierra.

En cuanto a las tareas pendientes, no puedo sino manifestar mi gran desilusión por la falta de cohesión, de impulso y de sentido común por parte del sector institucional respecto a la gestión del agua, porque para evitar los problemas hay que anticiparse, y aquí no hay anticipación ninguna. El agua es una razón de ser para el agricultor. Las Administraciones tienen que aportar soluciones, pero es un terreno muy pantanoso. El tema del agua no se puede gestionar solo desde este sector, salvo que tuviera la fuerza de la que la adolece, por eso el sector sólo no llega. Estoy segura de que existen soluciones como la desalación. No son cantidades enormes de agua las que necesitamos, pero si la gestión no es buena, la solución se volatiliza.

Producir un tomate fuera de Almería es más contaminante en invierno, que el coste de producirlo en Almería y exportarlo.

Necesitamos políticos que sean capaces de tener una visión holística de la cadena. Las cosas son siempre mucho más complejas que lo que parecen; necesitamos mucha competencia y honestidad si queremos tomar las decisiones correctas.

Por fin, no podemos pretender vivir y existir sin consecuencias sobre el entorno. La neutralidad no existe, lo que hay que buscar es el equilibrio.

## **FUTURO DEL SECTOR**

**¿Cómo te ha afectado la transformación digital?**

Hay que reconocer el empuje del covid en esta transición digital. La digitalización del campo es un gran caballo de batalla: un terreno muy cambiante con muchas oportunidades pero con gran dificultad de implementación.

Estamos en fase de transición, de aprendizaje y de implementación: la gran dificultad es el propio desarrollo, toda vez que, la efectiva transformación digital requiere de una inversión que el contexto no siempre te permite.

A ello, hay que añadir que las personas suelen ser reacias a la novedad -muchas veces por miedo, no por capacidad- y la digitalización requiere formación y acompañamiento. Por fin, es probable que la implantación en campo abierto sea algo más compleja que en invernadero por las superficies a cubrir y las distancias a recorrer. Por tanto, nos queda mucho camino por recorrer.

## **Futuro y sostenibilidad**

Afronto el futuro con muchos retos y desafíos porque la sostenibilidad a nivel de uso de recursos es compleja, y aunque la sostenibilidad a nivel de empresa es controlable, es necesaria una magnitud mayor.

El futuro está en el agua así que, habrá futuro si hay agua.

No podemos trabajar ajenos a la idea de que el agricultor es un valiente porque agricultura es sinónimo de adaptación permanente con mejora continua, y que esa agricultura se desarrolla en una provincia como Almería, un sitio privilegiado en su conjunto.

**“Compartir te hace más fuerte.”**

**D**<sub>M</sub>

| *“Somos imprescindibles y al agricultor se le necesita tres veces al día”...*



# Carmen Román Reche

Directora gerente en Crisara

Edad: 48 años

Nivel de estudios: Licenciada en biología

—

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

**¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?**

Profesionalmente en el año 99. Acabé de estudiar y emprendí mi proyecto empresarial al casarme. Nací en Luxemburgo en el seno de una familia ganadera, estrechamente relacionada con el campo. A los 6 años, mi padre decidió venirse a Chirivel. Mi madre es de aquí y mi padre de Granada. Decidió comprar una pequeña tierra, con una casa en la que no teníamos luz, agua o baño, afrontando unas condiciones muy diferentes a las que disfrutábamos en Luxemburgo, por lo que tenía grandes dificultades para empatizar con mi padre y alcanzar a comprender este cambio de vida que nos daba, pues la realidad es que no me gustaba esta vida, ir con el ganado, trabajar en el campo... Por su parte, mi madre tuvo siempre claro que teníamos que estudiar, por lo que hicieron un gran esfuerzo para que saliéramos a formarnos.

Mi pasión por el campo y los animales me llevaron a estudiar biología en Granada, y es fuera de Chirivel cuando me doy cuenta del valor de mi tierra, por lo que al finalizar mis estudios, decido volver a mi tierra y devolver lo

poco de lo mucho que recibí. De esta manera, regreso con la idea de contribuir a ser parte integrante de la solución y contribuir a reducir la despoblación que sufre la zona, al no haber relevo generacional.

Nuestra fórmula para volver fue la del arrendamiento de fincas en abandono, pues era lo que, en ese momento, estaba a nuestro alcance, acordando un pago mixto, dinero y cosecha.

**¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?**

Muy satisfactorio. Empezamos dos autónomos prestando servicios agrícolas a terceros y llevando nuestras propias tierras. Nuestro medio de vida en la zona es el almendro, pero la cosecha era muy pobre. No éramos competitivos en cantidad pero sí en calidad, así que en el 97 decidimos dedicarnos a la agricultura ecológica, algo impensable en aquel entonces, que ha hecho que llevemos 25 años dados de alta, dedicados a agricultura ecológica.

Al empezar tan pronto, los agricultores de la zona comenzaron a pedirnos asesoramiento, al tiempo que comenzamos a traer bioinsecticidas incluso de Francia, pues, en aquél momento, la legislación y el producto eran escasos. Los vecinos empezaron a demandarnos productos,

lo que nos llevó a montar un almacén de productos ecológicos. Así, poco a poco, comenzamos a ser un referente, llegando un momento en que chocamos con otros distribuidores con los que entramos en competencia, lo que nos llevó a crear nuestra propia marca, vendiendo a nivel nacional e internacional, alcanzando a Vietnam, Grecia, Bolivia, que representa el 15 por ciento.

El progreso profesional discurre a través de las líneas de negocio que se relacionan:

1. Asesoría técnica.
2. Agricultores ecológicos, desde la perspectiva de quien va a entender a un agricultor mejor que otro agricultor.
3. Vivero de plántones de almendro.
4. Biofertilizantes.

En definitiva, comenzamos dos jóvenes autónomos que logran desarrollar un proyecto de la mano del cliente, con un equipo de cuarenta y cinco personas vendiendo al mundo desde Chirivel.

### **¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?**

A veces sí, pero yo siempre me lo he tomado de otra manera. Pensemos que yo era mujer, con 25 años, en un pueblo de 1,600 habitantes que comienza a trabajar en un sector muy masculinizado. Los vecinos me veían como la niña que había llegado de Granada. Así, sentía que no me tomaban muy en serio cuando les hablaba en lenguaje técnico pues, en ocasiones me llegan a preguntar cuando yo les atendía que, si es que no estaba mi marido. Como anécdota recuerdo como un señor tras una hora de atención y de explica-

ciones me dijo “ay nena pero tú sabes de esto?”.

Estas situaciones me llevaban a tener que demostrar que el asesoramiento técnico no tiene que ver con el género.

Resolví estas situaciones convirtiéndolas en verdaderos retos.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

La respuesta está en nosotras, toda vez que por cultura nos cuesta salir de la sombra. Tenemos que creérnoslo, tenemos que creer en nuestra capacidad y tener una mayor confianza en nosotras, abandonando el papel de la aceptación que, incluso, nos hace sentirnos bien.

### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?**

A pesar de que esta pregunta me la han formulado en diversas ocasiones, lo cierto es que no acierto a contestar. No sabría qué contestar como rol, sino como mujer individual, sin obviar que lo que a mí me ha servido a otra no. En mi comarca, he contribuido a que no se produzca ese vacío, creando cuarenta y cinco puestos de trabajo directos más los indirectos, a que se reconozca la zona y el almendro. Pero no se define la aportación como rol de mujer.

## **SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR**

### **Fortalezas del sector**

Toda fortaleza del sector pasa por ser un sector primario y una humanidad que tiene

que comer. Somos imprescindibles y al agricultor se le necesita tres veces al día.

## **Debilidades. Problemas**

Estamos muy atomizados. No estamos unidos, lo que deriva en que, a pesar del poder que tiene el sector per sé, no es efectivo, y eso mismo nos debilita como sector, reduciendo a mínimos el poder de ejercer mayor presión frente al sector y la sociedad. No creemos en nuestra propia fortaleza y en lo importante que somos.

### **¿Crees que el producto almeriense tiene valor añadido?**

Si por supuesto, porque en Almería la gestión que se hace del agua es brutal. Nosotros cultivamos en secano, libre de residuos, agricultura ecológica. Almería es puntera y pionera en hacer las cosas bien. Siempre hemos sido el punto de mira, siempre hemos estado en el foco, y eso nos ha hecho intentar ser mejores y hacer las cosas mejor.

### **¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tiene fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios, para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisorio a nivel internacional?**

La respuesta es negativa. No estamos organizados por que nuestros políticos no saben vender nuestra tierra, ni tampoco nuestros valores. Véase como en otros países como Holanda, Alemania o Dinamarca, si tienen producción propia no importan productos de Almería, pues para ellos, lo primero es su producción y nosotros no miramos la etiqueta, no nos preocupamos de chequear y/o considerar dónde se produce, con que mano de obra o cual es la huella hídrica del producto.

## **MEDIOAMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE**

### **¿Qué se ha hecho bien en este ámbito?**

### **¿Cuáles son las tareas pendientes y/o problemas a resolver?**

La tendencia en los últimos años es intentar sacar un producto de calidad, limpio, sostenible-medioambiental, quizá ciertamente motivado por la escasez de agua y suelo. En nuestras zonas que llueve torrencialmente, la lluvia provoca una erosión tremenda y se intentan tomar medidas culturales para evitarla. En ocasiones, no es por decisión propia, sino por demanda de los mercados, especialmente los europeos, que demandan con determinados marchamos y certificaciones. La realidad es que los clientes nos hacen ir avanzando y ser cada vez más profesionales de la forma más respetuosa posible.

Estamos empezando en el tema del desarrollo sostenible, estamos en la línea pero con mucho trabajo por delante. Hablemos, por ejemplo, de cómo nuestra tierra fértil acaba en el mar, lo que hace necesario las cubiertas vegetales y un menor laboreo para que amortigüe y retenga la tierra. Sin embargo, nos encontramos con que las políticas agrarias han hecho mucho daño en ese sentido, pues para recibir las subvenciones era requisito indispensable tener la tierra sin mala hierba y laboreada, un contrasentido para lo que la producción requiere. Hoy en día, se tiende a la cubierta vegetal y que sea alimento para el ganado.

Es por tanto, necesario crear ecosistemas. Se crea cubierta vegetal en las lindes. Son los hoteles de insectos necesarios para mantener nuestros cultivos. Se puede cultivar, se puede obtener un rendimiento indudablemente, pero tenemos que trabajar en que sea un ecosistema

en el que puedan convivir ganado y fauna auxiliar, que permita reducir el uso del tractor, del consumo de energía y gasolina.

## **FUTURO DEL SECTOR**

### **¿Cómo te ha afectado la transformación digital?**

Me encanta la transformación digital. Chirivel nos ha hecho espabilar para poder darnos a conocer al resto del mundo y la captación del talento la hemos hecho la ha habilitado precisamente esa transformación, a través del teletrabajo.

Son claros los motivos que nos han llevado a esa transformación: la gran información de la empresa y la gestión de los datos de la empresa. A ello se suman unos sistemas de protección que hay en la nube, que no puedes tenerlos en tu empresa o en una localización como Chiri-

vel, dónde hace mal tiempo y los fallos de conexión nos ha hecho perder mucha información. Trabajamos mucho en este sentido con los deberes bastante avanzados.

En cambio, la transformación digital en la producción en sí, está más limitada. En la actualidad estamos implementando una app para que los trabajadores puedan reportar las tareas en el campo, pero al no existir, en nuestros cultivos, riego o fertilización automatizada, la transformación digital, a la fecha, no tiene mucho recorrido.

### **Futuro y sostenibilidad**

El futuro es verde. El planeta hay que respetarlo porque es nuestra casa. Por ello, debemos cultivar de forma sostenible, pues no hay otra razón de ser.

Somos la zona de mayor producción de almendra ecológica del mundo. Cincuenta mil hectáreas en esta región.





**D**<sup>M</sup>

*“Una empresa agrícola es  
lo que sus trabajadores hacen por ella”...*

# Antonia Belmonte Mula

Consejera de control interno en Primaflor

Edad: 53 años

Nivel de estudios: Formación profesional de segundo grado

—

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

Nazco y pertenezco a una familia del sector y desde niña mi padre, Lorenzo Belmonte, me llevaba a ver y disfrutar las flores, hasta que, a la edad de catorce años, comienzo a venir a la empresa por la tardes, acompañada de una prima y nos dedicábamos a ayudar con funciones acordes a nuestra edad, esto es, archivando y haciendo agujeros en los papeles.

Este es mi primer contacto con la realidad empresarial del sector agro almeriense, a través de mi padre.

### ¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?

La rotación es, quizá, la palabra clave en mi trayectoria, que me ha habilitado a adquirir un conocimiento de distintas áreas y departamentos y, formándome y empapándome del espíritu familiar de esta empresa, hasta desarrollar las funciones que hoy me corresponden.

Así, empiezo mi andadura corporativa en el departamento de recursos humanos dónde me

centro en la tramitación de partes y nóminas. De ahí paso al departamento de administración en el que, en un primer momento, mi función esencial es la de archivo de albaranes y facturas y, revisión de proveedores.

De este departamento doy el salto al departamento de costos y de ahí al de ventas, en la sección de costos, permaneciendo en cada uno de ellos una media de dos años.

Tras estos saltos bianuales, retorno al departamento de administración, al que accedo nuevamente, pero ya como responsable de departamento y en el que permanezco durante largos años, hasta que la familia necesita una mayor profesionalización de la empresa y se toma la decisión de que finalice mi etapa de gestión pura y pase a formar parte del Consejo, en el que realizo mis funciones desde hace cinco años y, hasta la fecha.

### ¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?

Por supuesto que he encontrado barreras por razón de género.

He tenido que demostrar mi capacidad de manera constante, respecto de mis compañeros, capacidad que en el hombre resulta incuestionable.

Me he visto obligada a trabajar más, con mayor intensidad e incluso un mayor número horas, desempeñando funciones análogas, realizando similares trabajos, pero en los que, a mí, implícitamente, se me exigía la acreditación de mi valía.

En definitiva, diré que he tenido que demostrar que se hacer el trabajo como ellos.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

La participación nace sin duda de la propia mujer, de que ella misma se valore, que tome conciencia y que comparta con el hombre en igualdad en la casa. Logrado ese equilibrio, y esa igualdad doméstica, se extrapolará de manera natural al ámbito empresarial, con especial incidencia, por la mayor intensidad de la brecha, en este sector.

### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?**

Sin lugar a duda, esfuerzo, dedicación y horas de trabajo.

## **SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR**

### **Fortalezas del sector**

La mayor fortaleza del sector ha quedado especialmente patente en la continuidad y estabilidad que hemos sido capaces de dar a los trabajadores durante el covid.

### **Debilidades. Problemas**

#### **¿Qué cambiarías del modelo actual?**

Varias son las debilidades que inciden en el modelo actual, y destacaría sobre las demás: la inestabilidad de los precios, la lucha continua, en la que estamos inmersos, por los costes en sentido amplio, el escaso apoyo que el modelo y el sector reciben por parte de los organismos y, finalmente, la poca valoración del trabajo directo en el campo. La gente no quiere trabajar y en Pulpí el problema se agudiza por la lejanía respecto de la capital, porque estamos emplazados en un pueblo y por la propia dimensión geográfica de nuestra localización, que hace que trabajar aquí resulte escasamente atractivo.

#### **¿Crees que el producto almeriense tiene valor añadido?**

Indudablemente nuestro producto tiene el valor añadido en calidad y sostenibilidad, dando cumplimento a la norma vigente, pero sin embargo, el producto no es valorado y prueba de ello es el precio mínimo que se paga por él, que no es más que, en definitiva, un elemento ciertamente desmotivador para el agricultor, quien pone todos los medios, incluso los que, en ocasiones, no están a su alcance.

#### **¿Es la agricultura almeriense una agricultura innovadora?**

Lo es y plenamente, además hemos de reconocer que, en nuestro caso, con el apoyo total de la Administración, concretamente de la Junta de Andalucía.

#### **¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tiene fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios, para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisorio a nivel internacional?**

Claramente la respuesta no puede ser más que negativa, pues si disfrutáramos de eso

peso y de esa fuerza, podríamos marcar desde dentro lo que, per se, nos viene marcado desde fuera.

Aun siendo nuestro modelo y nuestra agricultura reconocida como “la despensa de Europa”, no tenemos peso suficiente para marcar precios mínimos.

## MEDIOAMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE

**¿Qué se ha hecho bien en este ámbito?**

**¿Cuáles son las tareas pendientes y/o problemas a resolver?**

Son muchas las cosas que se han hecho y grande el esfuerzo.

Así, intentamos ir por delante de la exigencia del cliente intentando ser lo más saludables posibles, haciendo el menor uso de productos que afecten la tierra.

Trabajamos bajo la premisa de la mejora continua para anticiparnos a la norma. Un claro ejemplo es la lucha del envase con el supermercado.

Avanzamos buscando no agotar la tierra, maximizando la estructura hídrica, mantenida en continuo avance a través de su I+D.

En cuanto a las tareas pendientes es la mejora continua en el día a día, en aras a mantener una producción de altísima calidad sin olvidar dos elementos clave: las personas y la salud.

Mantenemos, en esta línea, permanente contacto con las casas de semillas y fitosanitarios, para compartir cualquier mejora alcanzada.

## FUTURO DEL SECTOR

**¿Cómo te ha afectado la transformación digital?**

Me voy adaptando al ritmo que la propia transformación va demandando con la suerte que conforme más me familiarizo más disfruto de sus bondades.

A nivel corporativo, instalamos SAP en el año 2019, lo que nos ha permitido definir la trazabilidad de todos los documentos desde su entrada al almacén, ya que a la fecha no se ha instalado en el campo por su complejidad. La complejidad en el campo se focaliza en el perfil del personal destinado a las tareas de campo, un perfil que contiene un elevado porcentaje de inmigración, con el hándicap del idioma, la falta de formación de cualquier tipo y la avanzada edad de un número no desdeñable.

Nos encontramos, por tanto, en una fase mixta transformación digital-papel por impedimento de la propia Administración Pública quien paradójicamente estableciendo la obligatoriedad en la norma, hace exigible la custodia y presentación del papel.

En definitiva, hemos invertido tiempo y una partida presupuestaria de entidad en formación del personal para realizar la necesaria adaptación a la transformación digital que los tiempos demandan.

Ha sido y está siendo, un paso muy importante, un salto cualitativo de entidad para nuestra compañía.

### Futuro y sostenibilidad

No hay futuro si no hay respeto, sino cuidamos lo que tenemos y contribuimos a construir un espacio saludable.

Pero, es necesaria una mayor implicación y ayuda efectiva de la Administración pues a nivel empresarial la sostenibilidad se traduce en costes, costes a sufragar por la iniciativa empresarial privada, puesto a qué nivel público no se aprueban dotaciones que ayuden al tejido productivo a minimizarlos.

En definitiva, no veo futuro si nuestros trabajadores no están a gusto, porque una empresa agrícola es lo que sus trabajadores hacen por ella, toda vez que son ellos, los trabajadores su corazón y su motor, motivo por el que debe ser objetivo prioritario de nuestro cuidado. Deseo que mis trabajadores sientan que “su empresa”, “es su FAMILIA”.





**D**<sup>M</sup>

*“El cambio que debemos emprender es disruptivo e importante, y para ello hace falta la colaboración de todos los agentes”...*

# Alba Martínez Pérez

Compliance y derecho corporativo en Primaflor

Edad: 31 años

Nivel de estudios: Máster Compliance y RSC

—

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

Llego al sector en septiembre de 2017 de la mano de Primaflor. En aquel momento, la empresa tenía interés en incorporar un perfil jurídico para desarrollar un departamento jurídico, que en aquel momento no existía.

No obstante, he permanecido vinculada al campo de siempre, ya que mi familia tiene una casa de campo con algunos olivos y almendros, por lo que he crecido con los tiempos de recogida, aunque tan solo a nivel familiar.

Mantengo también una vinculación sentimental con el sector desde que tengo uso razón, pues mi bisabuela que era jornalera, ocupando sus tiempos, compatibilizando los cultivos con las tareas del hogar, fue un referente, calándome profundamente el que la casaran con un hombre veinte años mayor, al que no conocía.

### ¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?

Mi progreso profesional ha sido sin duda muy satisfactorio, experimentando un importante

crecimiento, por el interés común que mantengo con la empresa a nivel formativo.

Me incorporo a la empresa en el departamento de Gestión de Sistemas de Calidad y, poco tiempo después, se crea el departamento jurídico como departamento multidisciplinar, desde el que se atienden las demandas jurídicas de la empresa y al que se anexionan temas de fondos operativos, sostenibilidad y gestión de certificaciones y sistemas de calidad.

El departamento jurídico nace con un equipo inicial de seis personas, incorporándose tres más, hasta un equipo de nueve personas, de las que seis somos mujeres.

Mantengo desde su creación mi status dentro del departamento con, cada vez, mayores competencias, dado el crecimiento de la compañía y, por ende, del departamento.

### ¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?

La del propio modelo piramidal que se puede replicar en todas las empresas del sector, y fuera del mismo. Este sector, como ocurre en la sociedad en general, no está exento de esta problemática. Por tanto, hemos de

implicarnos para avanzar en este sentido. El sector agroalimentario conserva aspectos tradicionales, ciertas circunstancias que se han mantenido por ser consideradas como costumbre, pero a nivel global se pueden dar muchos pasos hacia adelante.

Desde una perspectiva jurídico-técnica, y en virtud de los últimos decretos que han entrado en vigor, se han lanzado nuevas obligaciones en materia de procesos de selección, promoción profesional, representación, evaluación de puestos de trabajo, retribución, etc.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

Entiendo que hay varias medidas que ayudarían a una mayor participación de la mujer, como son:

- Una mayor sensibilización de los mandos que tienen que adoptar medidas para cubrir ciertas necesidades, fomentando la creación de referentes femeninos.
- Que la promoción interna sea una realidad.
- La educación.

### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?**

El principal rol femenino en la agricultura lo componen aquellas mujeres que están todos los días en el campo.

Mi intención no es otra que la de tratar de aportar humildemente en esa sensibilización dentro de Primaflor, motivando un efecto de difusión interno en la compañía y externo, derivándose a la sociedad de Pulpí. Reconocer el mérito de la mujer por su capacidad y condiciones, más allá de su género.

## **SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR**

### **Fortalezas del sector**

Podemos resaltar que somos:

- Capaces de ofrecer gran variedad de tipos de cultivo naturales.
- Un sector que se preocupa por aplicar innovación.
- Un sector que cumple con normativas muy exigentes, superando altos estándares de calidad y seguridad alimentaria.

### **Debilidades. Problemas**

#### **¿Qué cambiarías del modelo actual?**

Como sector hemos de ser congruentes con los cambios que se reclaman por parte de la sociedad y aplicar talento, profesionalidad y valores para defender el campo como lo que es, un elemento básico y elemental, inherente a un sector innovador y de futuro. Es necesario actuar conjuntamente, de forma colaborativa con los demás agentes, para atender algunas debilidades del sector y de la sociedad en general, como son la escasez hídrica, la desatención de las zonas rurales y su despoblación, el cambio climático, los modelos de consumo y producción o la debilidad de las cadenas de suministro.

#### **¿Crees que el producto almeriense tiene valor añadido?**

Si, por supuesto. El valor añadido viene dado por incorporar a los productos almerienses un alto contenido de tecnología, mejora de procesos en la producción de los mismos,

aplicación de métodos de envasado sostenibles, eficiencia en cadenas de suministro y tratamiento del recurso hídrico, entre otras.

Además, este producto debe llevar el reconocimiento de todas las personas que trabajan en el campo, en relación directa con la tierra y el producto hortícola. Como nos dejaba por escrito Juan Goytisoló en Campos de Níjar, Almería es una tierra y una sociedad que se ha hecho a sí misma. Su geografía árida, sus campos secos y sus humildes gentes han dejado todo su esfuerzo en desarrollarse más allá de la desertificación, y proyectarse por sí misma.

**¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tiene fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios, para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisorio a nivel internacional?**

Tiene fuerza, pero esta no se ve representada. En muchas ocasiones somos marionetas de lo que se decide, sin tener en cuenta las circunstancias y necesidades de la provincia y del sector agrícola en general.

Es muy difícil adaptarse a cambios que se imponen de inmediato y aplicar cierta legislación a un producto tan específico como el hortofrutícola, por ser natural, por tener una vida útil limitada, por sus particulares condiciones organolépticas y de calidad y seguridad alimentaria.

## MEDIOAMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE

**¿Qué se ha hecho bien en este ámbito?  
¿Cuáles son las tareas pendientes y/o problemas a resolver?**

Son muchas las acciones que se llevan a cabo en materia de medio ambiente y de sostenibilidad (donde se comprenden actuaciones a nivel social y a nivel de buen gobierno corporativo, además de las dirigidas a medio ambiente). La eficiencia y maximización del recurso hídrico, la aplicación de innovación y mecanización en el sector o la inclusión de materiales sostenibles en la cadena de valor, bien pueden servir como ejemplos de lo bien hecho.

En cuanto a las tareas pendientes, a nivel general, las tenemos respecto a los recursos naturales. Todos los agentes de interés hemos de ser conscientes y capaces de los cambios que nos aguardan, constituirnos como organismos realmente sostenibles, establecer alianzas, apostar por liderazgos responsables y actuar de forma ética.

## FUTURO DEL SECTOR

**¿Cómo te ha afectado la transformación digital?**

En mis funciones no siento la necesidad acentuada a esa adaptación, pero sí he podido apreciar esa adaptación en otras funciones y ámbitos de la empresa, así como políticas innovadoras en diferentes campos de la compañía. Entre todas ellas, podemos destacar la utilización de cabezales de riego inteligentes y sensores de humedad para maximizar el recurso hídrico, la aplicación de rPET (material sostenible, reciclado y reciclable) reduciendo la aplicación de plásticos en todos nuestros bowls, la atención a criterios de movilidad sostenible incorporando coches eléctricos en nuestra flota, la implantación de iluminación LED en todos los centros de I y IV Gama reduciendo el consumo eléctrico de las instalaciones.

## **Futuro y sostenibilidad**

La sostenibilidad ha de ser transversal y desarrollarse, principalmente, a través de objetivos medioambientales, sociales y de buen gobierno. El cambio que debemos emprender es disruptivo e importante, y para ello hace falta la colaboración de todos los agentes; gobiernos, empresas y sociedad.

En cuanto a las empresas, que estos requisitos vayan llegando a organizaciones con dimensiones más humildes hace necesario que se entiendan los condicionamientos que éstas podemos sufrir a la hora de articular y adaptarnos a este cambio. Por eso es vital que nos

ayudemos entre todas las partes, adoptando una actitud colaborativa para afrontar un futuro -o más bien un presente- que sólo será si es sostenible. Esto ha llevado a que se ponga el foco sobre los equipos directivos de las empresas, buscando que ofrezcan valor financiero y equilibrio en los criterios sociales, ambientales y de buen gobierno corporativo, para que promuevan esta realidad aguas abajo, persuadiendo a toda la sociedad.

El cambio es responsabilidad de todos y cada uno de los agentes de interés que componemos la sociedad actual. Y, dentro de una empresa, es responsabilidad de todas las personas que formamos parte de la misma



**D**  
M

*“No somos conscientes, ni conocedores del trabajo que hay detrás del producto”...*



# Cristina Reull Masutier

Responsable I+D+i en Primaflor

Edad: 46 años

Nivel de estudios: Diplomatura

—

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

En el año 2019, exactamente un 27 de Mayo.

Por amor vine a Águilas y a los pocos meses de llegar empiezo a trabajar en una compañía de seguros en la que no renuevo contrato. Cogí un mapa y tracé un círculo que abarcaba un área de una hora máximo de desplazamiento en coche y comencé a buscar un nuevo trabajo.

A través de una buena amiga y con todo el apoyo de mi marido (fundamental para mi) presento mi Currículum en Primaflor accediendo como administrativa en el departamento de ventas como apoyo al equipo de canal de venta trading. Me encanta el trabajo que hago y descubro todo un mundo gracias a mi inquietud personal que me lleva a pedir ver y pisar el campo para conocer in situ el cultivo y su venta, pues me llamaba poderosamente la atención, la puesta a disposición del cliente en tan solo veinticuatro horas.

### ¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?

Al año de llegar a Primaflor me incorporo al departamento de compras en el que logro el

objetivo marcado ese año de reducción de costes para la categoría de materias primas.

Estar al otro lado de la mesa, después de 20 años dedicándome a la venta, me apasionó y pude especializarme un poco más en todo este mundo “tan verde” del que cada vez me siento más familiarizada.

El año siguiente, el director general, me da la oportunidad de gestionar el departamento de I+D+i, así como el encargo de construir una metodología de trabajo en equipo para la ejecución de los proyectos de la compañía.

Accedo a mi nuevo puesto, en el que los comienzos son duros dada mi falta de formación en la materia, pero en el que se está haciendo un gran trabajo de equipo, especialmente en coordinación y metodología.

Muestra de este buen trabajo es la presentación en tan solo unos días de tres nuevos productos en la feria Fruit Attraction 2022.

### ¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?

No he encontrado barreras como tal, pues de otra manera no hubiera progresado, pero si es verdad que en algunos momentos siento que aún hay mucho camino por recorrer.

### ¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?

Un cambio cultural.

### ¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?

Inquietud, metodología e innovación, que a nivel corporativo garantiza que la empresa sea competitiva y no pierda capacidad de crecimiento.

## SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR

### Fortalezas del sector

Dos son las grandes fortalezas que, además van de la mano, la innovación y la agricultura. La innovación deriva en la mejora de todos los procesos que junto a la tradición de la agricultura son herramientas básicas para defender su posición de alguna manera. Y son fundamentales para garantizar que las generaciones futuras no dejen perder la pasión por la agricultura.

La innovación en nuestro sector es constante a todos los niveles y debemos entre todos enseñarla a todo el mundo.

### Debilidades. Problemas

#### ¿Qué cambiarías del modelo actual?

Su mayor debilidad radica en el hecho que es un sector muy poco valorado en todos sentidos.

No somos conscientes, ni conocedores del trabajo que hay detrás del producto. Además, es un sector mal visto, carente de imagen.

### ¿Crees que el producto almeriense tiene valor añadido?

Si lo tiene, como hablábamos antes, esa mezcla de tradición y de innovación que llevamos a cabo.

Lo que realmente es un reto para nosotros, es poder trasladar ese valor añadido al mercado.

### ¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tiene fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios, para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisorio a nivel internacional?

Siendo como somos potencia mundial en cuanto a producción de especialidades vegetales, hay un largo camino de la mano de la innovación para que así sea valorado el duro trabajo que hay detrás de cada producto y que en la mayoría de los casos no se ve reconocido.

## MEDIOAMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE

### ¿Qué se ha hecho bien en este ámbito?

#### ¿Cuáles son las tareas pendientes y/o problemas a resolver?

Se está realizando un gran esfuerzo para reducir los residuos en producto y en materiales auxiliares, y a su vez, la tarea pendiente es, precisamente, afianzar todo lo que, actualmente, está en estudio.

## FUTURO DEL SECTOR

### ¿Cómo te ha afectado la transformación digital?

En la mayoría de los casos esta transformación digital nos afecta positivamente, ya que, nos ayuda a avanzar en procesos en los que de otra forma quizás no llegaríamos a obtener resultados precisos que nos ayudan a tomar grandes decisiones.

## **Futuro y sostenibilidad**

Futuro y sostenibilidad son tremendamente difíciles de compaginar en nuestro producto final, pues pretenden que seamos muy sostenibles con el packaging, volver al granel sin tener en cuenta todo el desperdi-

cio alimentario que puede ocasionar. ¿Seguro que se están tomando las decisiones correctas?

En definitiva, la sostenibilidad enmascara en última instancia, el consumo de proximidad, ya que aboca a limitar la exportación, salvo que se produzca un giro de la norma a futuro. Termino recordando que todo el camino, que, como mujeres en el sector, tenemos aún por recorrer, para el que son necesarias mentes abiertas, atreviéndonos a salir de nuestra propia zona de confort y perder ese miedo a lo desconocido.



**D** *“El respeto absoluto de los estándares europeos, hacen de nuestro producto un producto excelentes”...*

# María Dolores Rodríguez Díaz

Responsable de personal y producción en Primaflor

Edad: 61 años

Nivel de estudios: Formación profesional administrativo

—

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

Soy la mayor de cuatro hermanos y desde niña he aportado trabajo a la familia.

Mi padre tenía una granja de cerdos y conejos, por las mañanas iba a la escuela y por las tardes le ayudaba, durante el curso escolar.

A partir de los nueve años los veranos los dedicaba a recoger la almendra y así fui creciendo, hasta cursar octavo de BUP y, pasar a estudiar formación profesional.

### ¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?

Empiezo a trabajar al terminar FP en un almacén de peón. Tras un tiempo, paso al control de producción en la empresa Pascual Hermanos en el que permanezco durante quince años en el departamento de costes, contando tickets, sacando tasas y recogiendo las horas trabajadas por el personal. Llega un momento en el que no me siento augusto y decido cursar la baja voluntaria pasando a una situación de desempleo.

Decido pasar a una situación activa, por lo que comienzo a buscar una vacante y decido hablar con Lorenzo Belmonte quien con anterioridad me había ofrecido un puesto de trabajo que rechacé al estar en ese momento cubriendo una sustitución de un compañero.

Acepta entonces el puesto ofrecido y entro a formar parte de la empresa Primaflor, en su departamento de costes, en el que choca con su jefe, situación que lejos de hacerme vulnerable me lleva a reforzarme y prosperar.

Como muestra de ese choque, diré que el jefe me ofrece hacer un trabajo de estudio de tiempos de tareas de campo que no quiere supervisar y tengo que recurrir a mis anteriores compañeros para que me orienten y supervisen lo realizado, quienes confirman mi buen hacer en este punto.

Desde la confianza que adquiero en el desarrollo de mis funciones, decido, a partir de este momento entregar todo en mi trabajo y voy evolucionando hasta que Lorenzo Belmonte me propone entrar en el departamento de recursos humanos dónde me focalizo en reclutar y controlar personal, garantizando que a ningún jefe de finca le faltaran recursos. Nuevamente tropiezo con la jefatura del departamento quien me obstaculiza el

trabajo hasta el punto de impedirme la contratación de personal, aludiendo a que ese día no se firmaban contratos, llegando a la empresa con un autobús repleto de personal reclutado.

Reoriento entonces mis funciones pasando a instalar al personal que llegaba contratado desde origen por un período de nueve meses. Tras numerosas vicisitudes motivadas desde la jefatura del departamento, se me propone la misma, sustituyendo a la anterior.

La realidad es que no me siento preparada para asumir tal responsabilidad, pero Lorenzo Belmonte me pone todos los medios para mi asunción. He de decir que me llevó varios meses de trabajo lograr la adecuada reordenación y clarificación del departamento.

Continuo en esta línea de trabajo, hasta hace escasos dos años en los que se formaliza un cambio de organización interno que me afecta muy negativamente pues me llevo a sentir en mi puesto totalmente anulada.

En la actualidad me restan cuatro años para la jubilación con cuarenta y tres años cotizados, por lo que me encuentro ya, simplemente a la espera.

### **¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?**

Claro! Tuve que hacer estudios en el campo siendo la única mujer. Tuve que aprender de fútbol, de coches y de caballos para poder integrarme con los encargados y, hacerles creer que eran ellos los que promovían el estudio para que colaboraran.

Tuve que esforzarme para poder integrarme con ellos y ser uno más, pero puedo decir que, a día de hoy y, no sin muchos esfuerzos, son muy buenos compañeros.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

Tres cuestiones muy claves:

- La mujer es quien tiene que dar un paso adelante
- Promoción por parte de la empresa

Este punto es crucial pues la realidad es que hay una clara tendencia de promoción hacia los hombres, manteniéndose en la actualidad la clasificación de puestos por razón de género.

Concretamente en el manipulado trabajan unas trescientas mujeres y, cuando se han producido vacantes y se han intentado cubrir por hombres, no ha habido posibilidad de hacerlo, obteniendo como respuestas más común “eso lo hace mejor una mujer”.

- La dirección debe trabajar en el desarrollo de campañas de promoción de la mujer a nivel interno.

Normalmente, son los jefes de centros de trabajo, los que cierran esa posibilidad de promoción de la mujer, favoreciendo el acceso de los hombres, lo que genera una brecha de género que estoy segura que desconoce la alta dirección de la empresa.

### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?**

Enseñar a los demás que el género no es una limitación dentro del sector. De hecho, he luchado mucho para llegar dónde estoy, porque no me lo han puesto fácil.

Ha sido, en definitiva, el orgullo el que ha tirado de mí.

## SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR

### Fortalezas del sector

Para mí hay dos grandes fortalezas en este sector:

- El peso específico que tiene el sector agro almeriense en toda Europa, toda vez que toda la Unión Europea come de Almería.
- Las personas que hacen esa labor en el campo, tanto las familias almerienses titulares de las explotaciones, como los inmigrantes en la medida que si bien es verdad que nosotros ayudamos a mejorar su vida, ellos también la nuestra con su trabajo y su cotización.

### Debilidades. Problemas

#### ¿Qué cambiarías del modelo actual?

No sabe/no contesta.

#### ¿Crees que el producto almeriense tiene valor añadido?

Sin duda. Por la forma de cultivarlo, por la forma de llevar el control de trazabilidad, gracias al exhaustivo control ejercido desde Europa.

El respeto absoluto de los estándares europeos, hacen de nuestro producto un producto excelente.

#### ¿Crees que la agricultura almeriense ha sido innovadora?

Efectivamente, nuestra agricultura es innovadora y ello para paliar tanto la escasez de mano de obra, como la escasez de agua.

Primaflor es una innovación constante en aperos que ahorran tiempo y mejoran la calidad de la tierra ó sistemas de riego que ahorran agua.

Primaflor ha investigado y desarrollado novedades, nuevos productos que han sido posteriormente copiados por otras empresas, muestra de ello es lo ocurrido con los productos chinos.

Es, en definitiva, la necesidad la que nos lleva a la innovación.

**¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tiene fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios, para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisorio a nivel internacional?**

El modelo per se tiene indudablemente fuerza, pero la evolución depende del político que esté al frente, de si su programa y gestión nos promocionan o no.

## MEDIOAMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE

#### ¿Qué se ha hecho bien en este ámbito?

#### ¿Cuáles son las tareas pendientes y/o problemas a resolver?

Se ha trabajado mucho y especialmente bien, en el control del plástico y en el tratamiento de las aguas residuales y, con mayor énfasis desde la mediana y gran empresa, pues es sobre la que se ejerce el control de auditoría.

La tarea pendiente afecta a la generalidad, pues es llegar a tener una mayor conciencia social de esta necesidad de respeto y cuidado del medio ambiente y del desarrollo sostenible.

## **FUTURO DEL SECTOR**

### **¿Cómo te ha afectado la transformación digital?**

No creo que me haya afectado, toda vez que este ámbito no me atrae, lo que me lleva a hacer uso tan sólo a nivel de usuario. Diría-

mos que lo justo y, aun así, tengo que echar mano de mis compañeros.

### **Futuro y sostenibilidad**

No sabe/no contesta.

Quiero terminar diciendo que quiero vivir mejor, tener mejor calidad de vida, luchando por lo que me importa.



A close-up portrait of a woman with long, dark, curly hair, smiling warmly. She is wearing a bright yellow blazer over a white top. The background is dark, making her face and hair stand out. The lighting is soft, highlighting her features.

**D**  
M

*“La transformación digital me ha permitido, en esencia, ver crecer a mis hijos y a mi empresa”...*

# Mariola Hidalgo Martínez

Directora general en Campos de Uleila

Edad: 47 años

Nivel de estudios: Licenciada en Ciencias Económicas y MBA

—

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

**¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?**

Accedo al sector en el año 2007, pues con anterioridad, mi carrera profesional se había desarrollado en puestos financieros, en grandes empresas en la ciudad de Madrid, como Parques Reunidos o Prisa.

La empresa surge como pequeña empresa familiar, como un sueño, como un proyecto de vida más que un proyecto de negocio. Era el sueño de mi padre, amante de la naturaleza. Pero, con el tiempo, el proyecto fue adquiriendo envergadura, hasta que llega el momento en que se plantea la disquisición, dada la dimensión alcanzada, de continuar, lo que requería de realizar una inversión, ya de cierta entidad, o por el contrario, era el momento de abandonar, y dar por finalizado el proyecto. Opto por dar una continuidad al proyecto, comenzando, a partir de ese momento, a focalizar mis esfuerzos en la labor comercial.

**¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?**

Para poder desarrollar esta labor comercial, tuve que empezar a formarme en temas de cata y de calidad del aceite virgen extra. Así, asistí a cursos y comencé a interactuar con otras personas del sector.

Empecé a involucrarme en el marketing y en la marca e imagen del producto, que era lo que más me llenaba.

Pero, la evolución en la empresa familiar es una evolución muy natural toda vez que te encuentras implicado en todas las decisiones de entidad en el conjunto de la empresa, decisión que se adoptan, de común acuerdo, entre todos los miembros de la familia. Es decir, tenía mi propia parcela de actividad, pero en aspectos de estrategia, y líneas de trabajo de la empresa, las decisiones siempre se tomaban en el seno de la familia. De esta manera, tienes tu parcela, pero vas cogiendo más funciones de una forma muy notable.

Desde 2007 la empresa fue creciendo de manera muy considerable, pero es en 2012 cuando con el fallecimiento de mi padre tuve que asumir, irremediabilmente, las riendas del negocio, incluso de las parcelas respecto de las que estaba más desconectada.

### **¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?**

No he encontrado barreras como tales; si es cierto que me he encontrado sola, pero no desprotegida, sino sola en el sentido de ser la única mujer que asistía a reuniones y eventos, en los que todo el aforo era masculino. Ni en la esfera comercial, ni en reuniones propias del sector, he encontrado barreras de ningún tipo, sino todo lo contrario.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

Quizá es la propia mujer la que se pone más barreras por pensar que es un sector de hombres, cuando la realidad es totalmente contrario, ya que siempre encuentras la ayuda en cuanto la necesitas.

Las barreras nos la ponemos nosotras mismas, pero realmente, las barreras no existen. No sólo podemos hacer lo mismo que el hombre, sino que es importante la sensibilidad y la visión que la mujer aporta al mundo agro.

### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?**

Hablar de mi aportación directa y personal me resulta casi hasta pretencioso, pero, quizá, el mayor logro sea dar visibilidad y poner en valor el trabajo que hacemos y como enfoco el trabajo de la empresa, sobre la base del respeto un tanto holístico, lo que se traduce en el respeto a la tierra y a la persona. Me gusta divulgar y transmitir cómo respetamos nuestra finca, nuestra biodiversidad, nuestro entorno. Doy visibilidad a la riqueza natural que tenemos y nuestra especial forma de trabajar que nos lleva a la optimización máxima los recursos, obteniendo el máximo rendimiento de cada

gota de agua, frente a la creencia y visión desde el exterior. Somos respetuosos y sostenibles, practicando un control biológico exento de químicos.

## **SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR**

### **Fortalezas del sector**

La mayor fortaleza es el sector agroalimentario en sí mismo, toda vez que los alimentos son la base para la subsistencia de una población mundial en crecimiento y los buenos alimentos, bien cultivados son esenciales para la salud.

En este contexto, fortaleza a resaltar es la garantía sanitaria de nuestra producción, así como la responsabilidad social implícita en toda la cadena de valor frente a países terceros que no cumplen con este requisito. Pero, la población va siendo cada vez más sensible a estas cuestiones, y va dando prioridad y valor a nuestros productos frente a otros que procedencia foránea.

El desarrollo tecnológico al que asistimos, está derivando a que demos valor a los extremos, esto es, o a lo muy puntero o a lo muy natural y tradicional, lo que va a llevar a polarizar las tendencias de los consumidores, siendo este punto en el que tendremos que focalizar todos nuestros esfuerzos.

### **Debilidades. Problemas**

La mayor debilidad es, sin duda, la sequía, la falta de agua para mantener todas las explotaciones actuales en un horizonte en el que vamos creciendo en kilos de producción

lo que es realmente muy preocupante pues lejos de ser una situación a plantear a largo plazo, lo es en el medio y corto plazo. Tanto es así que, creo que no sería extraño hablar, en un futuro no muy lejano, de guerras por el agua. En el contexto de carencia, es necesario remarcar la falta de mano de obra nacional en determinados momentos de campaña, dando lugar a serias dificultades en la recogida que cada vez, en aras a solventar esta carencia, se va mecanizando más con vibradores y rastrillos. Nuestra explotación, como explotación joven que es, está preparada para recolectar de manera mecánica casi al cien por cien, a diferencia de los olivos centenarios en dónde la manipulación solo puede ser manual al ser el tronco es muy grande y la copa muy alta. De hecho, la consecuencia más inmediata es que se están arrancando olivos centenarios para plantar olivos que permitan una recolección mecánica.

**¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tiene fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios, para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisivo a nivel internacional?**

A nivel de precios es muy complicada esa afectación por la entrada de terceros países. En el caso del aceite de oliva, España marca la tendencia en precio. Si la producción es baja, el precio sube. Deberíamos tener más fuerza con el nivel de empresa y tecnología que se desarrolla y aplica. Tendríamos que darnos más valor, marcar mayor tendencia e influir en esa opinión pública, logrando que se decanten por una agricultura como la que se hace en Almería.

## FUTURO DEL SECTOR

### Futuro y sostenibilidad

Tal y como se está desarrollando la sociedad y el desarrollo tecnológico tan exponencial que estamos viviendo, tenemos que unirlo con lo más terrenal, tradicional y sostenible.

Nuestra apuesta por la sostenibilidad ha sido clara y contundente desde nuestros inicios a principios de la década de los noventa. Manteniendo el respeto a lo autóctono y a lo nuestro, fomentando cultivos propios de la zona pues es nuestra forma de entender la agricultura de forma natural y sostenible. A día de hoy se requiere su certificación y acreditación.

En la actualidad, somos parte integrante del proyecto “olivares vivos” junto a Seo Bird Life con el CSI y la universidad de Jaén, financiado con fondos europeos. Este proyecto se inicia en Jaén y se ha ampliado para analizar el funcionamiento del modelo en zonas desérticas. Participamos en este proyecto como finca demostrativa de un olivar que apuesta por el crecimiento de la biodiversidad de aves, de flora autóctona,

verificando como se transforma en una mayor rentabilidad del olivar pues queda acreditado como el árbol produce más y de mayor calidad.

El poner en valor ese trabajo es lo que marca la diferencia con otras actuaciones en otros sectores.

Este es el futuro, y hemos de unirlo a la tecnología, a través de la sensorización en el campo con la inteligencia artificial.

### **¿Cómo te ha afectado la transformación digital?**

A nivel de campo estamos en proyecto de implantación de formas sensoricas y predictivas de llevar la finca.

A nivel de gestión y comercial el mayor logro se dibuja en que nuestros productos lleguen a todo el mundo a través de la tienda online.

Gran avance encontramos también en la posibilidad de ejercer un control remoto de la finca, incluso desde casa.

Personalmente, la transformación digital me ha facilitado la vida, a nivel comercial, abriendo mercado en países como Francia o Polonia, y a nivel formación, pudiendo acceder a cualquier formación con una movilidad ilimitada.

La transformación digital me ha permitido, en esencia, ver crecer a mis hijos y a mi empresa.





**D**<sup>M</sup> | *“No existe el futuro  
sin sostenibilidad”...*

# María Castillo Zamora

Directora de márketing. CMO en Wellsam

Edad: 28 años

Nivel de estudios: Máster en comercio internacional, Máster en neurociencia aplicada al márketing y MBA

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

He crecido en el sector, mis padres fundaron la empresa hace veinticuatro años, pero formaban ya parte del sector catorce años atrás.

De niña, acostumbraba a jugar en el campo con las lombrices, eje de la empresa familiar, pues Wellsam se creó con la idea de hacer fertilizantes con la mentalidad de la economía circular, siendo, ciertamente pioneros, pues fueron los primeros en empezar el compostaje con el hummus de lombriz.

Profesionalmente, formo parte de la empresa desde hace, aproximadamente, siete años, cuando me encontraba cursando el segundo año de mi carrera. Accedo conociendo la empresa desde sus cimientos, pues la primera función que se me encomienda es la de contar etiquetas en fábrica, conociendo los procesos de fabricación.

### ¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?

Comenzaré diciendo que Wellsam lejos de ser mi trabajo, es mi modelo de vida. No conozco

otra que la realidad distinta a la pasión por el sector y la empresa, pues es esa pasión, lo que se ha vivido en la familia.

Empecé a ser consciente del sector desde pequeña pues, era mi vida normal el estar dentro de la empresa.

Nuestra empresa es una empresa tecnológica, cuyo corazón, se emplaza en el laboratorio.

Cuando empiezo a trabajar, una vez finalizados mis estudios universitarios, lo hago directamente, en el campo, visitando invernaderos. Así, me enamoré del campo de la mano de los agricultores, de la transmisión de su conocimiento, de vivenciar su pasión por la planta, tratándola como un hijo.

Con el tiempo, comienzo a viajar a otros países, en los que contacto con otros agricultores foráneos, a los que he exportado mi experiencia.

Mi forma de trabajar es llevar a la oficina y al laboratorio la realidad del agricultor. Mi objetivo es entender al agricultor, a su familia, y a la empresa.

Finalizando la carrera, comienzo a darle forma al departamento de márketing, un departa-

mento que no existía, desarrollando varias líneas y marcas. Poco a poco fue tomando forma y fuerza. Así, contratamos al primer diseñador gráfico y comenzamos a realizar los primeros esfuerzos en publicidad. Con el crecimiento del departamento, vamos ampliando plantilla con el perfil tanto de diseño como de investigadores de mercado, hasta un número de diez, al que dirijo en mi rol de directora del departamento.

### **¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?**

Me era imposible encontrar barreras teniendo una madre, valiente empresaria, que me ha ido abriendo tantas puertas.

Quizá las barreras las he encontrado, si acaso, en otros países con culturas diferentes, pero que, aun así, están también evolucionando a través de un trasvase generacional.

La realidad es que no sé si no he tenido barreras, o no he querido verlas.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

Todo pasa por creer en nosotras mismas y salir. Es necesario creer, llegar al firme convencimiento, y transmitir que la agricultura es una empresa más, y que el invernadero, en definitiva, también lo es pues, eso empodera al agricultor.

A nivel personal, reviso mi círculo más cercano, aquellas amigas que marcharon, y decidieron volver a esta provincia convertidas, ellas, en verdaderas apasionadas de este sector. Hago recuento y miro cuantas amigas tengo en el sector y tengo muchas, y pienso en sus madres, en cómo estaban al pie del cañón en el invernadero, y consciente de nuestra situación, la de las

generaciones siguientes, puedo hablar de evolución.

Pero que este cambio se consolide, requiere de darle valor a la agricultora, evitando un prisma inferior.

Todo es creérselo.

### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?**

A Almería le he aportado el empezar joven, y siendo mujer, llevar la agricultura por bandera. Siempre he demostrado que hay mucho más detrás del tomate y del pimiento. He podido aportar el orgullo explicando lo que es la agricultura, su ciencia, trabajo y sabiduría, lejos de ponerme a la defensiva.

Fuera de Almería, estamos en más de cincuenta países, a los que he logrado llevar, superando barreras culturales, logrando llevar a ellos mi provincia, Almería, y hablar de tú a tú.

## **SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR**

### **Fortalezas del sector**

La mayor fortaleza reside en que toda la cadena, todo el consumo y la pirámide de población están en manos del sector primario y nosotros lo somos. Pero el sector primario es mucho más. Ello lo ilustra, a nivel particular, nuestra empresa. Wellsam ha desarrollado una cátedra de investigación con las facultades de medicina, farmacia y nutrición, de las universidades de Gerona y Granada, que vincula la salud con la alimentación, para prevenir y tratar ciertas enfermedades como el cáncer, y/o enfermedades cardiovasculares.

Somos los que comemos, y repercute en nuestra vida, salud y bienestar.

Es un sector sin barreras, por lo que si el agricultor toma conciencia de ello, de lo que tiene en sus manos, tendrá la potestad de alcanzar cualquier lucha, comenzando por la de los precios.

Bajo ese prisma, en el sector, todo son fortalezas. Es creer en la fuerza del sector primario y organizarse mejor, pues no hay sector más indispensable q el nuestro, y esa es la base de sus cimientos. Las únicas barreras, son las que tenemos en la mente.

## Debilidades. Problemas

### ¿Qué cambiarías tu del modelo actual?

Nosotros mismos. No terminar de creer en nuestras fuerzas. Tenemos que avanzar y no focalizarnos solo en cuestiones que pueden agotarse en sí mismas, como en los precios.

Muy al contrario, es necesario tener la mentalidad de que a partir de aquí, de este momento, y de este sector nace todo, y preguntarme dónde quiero llegar, sin límites. Grandísima debilidad la encontramos en las noticias que salen desde nuestra agricultura al mundo exterior. Noticias negativas que no hacen sino, dañar nuestra imagen, por falta de coherencia entre lo que se transmite y su realidad.

Finalmente, la falta de unión del sector, que de existir, seríamos capaces de transmitir las bondades del sector, que nos enaltecería.

**¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tiene fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios, para marcar**

**tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisorio a nivel internacional?**

Tendríamos más capacidad si hiciésemos más fuerza conjunta.

Europa está muriendo a nivel regulatorio, toda vez que países terceros tienen la capacidad de hacer una competencia desleal, pues no tienen nuestros requisitos y no existe flexibilidad, a nivel interno, para reconvertir esa competencia a nivel, de tú a tú. Pero esta carencia normativa, alcanza también a técnicas a nivel científico y de innovación. Claro ejemplo alberga en la modificación genética de ciertas semillas o microorganismos para que sea más rápido obtener esa variedad, pero de manera más

saludable y menos contaminante. “Te adelantan por derecha e izquierda”, lo que lleva a que muchas empresas no quieran invertir más en Europa porque les ancla.

Nos falta ejercer la presión y el lobby que si ejercen otros países como Holanda, en el que con el apoyo del sector público, del que también carecemos, los grandes proyectos son abanderados como marca país por el gobierno holandés.

## FUTURO DEL SECTOR

### Futuro y sostenibilidad

No existe el futuro sin sostenibilidad. Es inviable a corto y medio plazo. Nos estamos dando cuenta todos en todos los sectores, y repercute directamente en el sector primario. Ejemplo clave lo encontramos en las empresas tradicionales de fertilizantes, y en la

industria auxiliar, en la que la sostenibilidad ha supuesto un revuelo total.

**¿Cómo te ha afectado la transformación digital?**

Me ha ayudado la presión de la transformación digital a implementar la tecnología en la empresa de una manera más rápida.

La transformación digital es necesaria, y sabiéndola llevar es esencial en una empresa,

sin dejar de lado el tú a tú, el contacto y el trato, reconociendo el valor de la conexión que permite la tecnología.

El tocar la tierra no se puede perder nunca.

Sabiendo combinar es una combinación ganadora.

Concluiré con la necesidad de creernos un poco más lo que somos y el poder que tenemos.



A close-up portrait of a woman with long, wavy, light brown hair, smiling warmly at the camera. She is wearing a dark, possibly black, sleeveless top and a delicate gold necklace with small charms. The background is dark and out of focus.

**D** M | *“Es necesario invertir en imagen para que el sector llegue a un público joven”...*

# Julia Rodríguez González

Responsable del departamento de Internacionalización en Inagroup Biotech

Edad: 27 años

Nivel de estudios: Máster MBA

—

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

Llego al sector a final del año 2020. En aquél momento, trabajaba en la oficina comercial de la Embajada de España en El Cairo, realizando las prácticas internacionales del ICEX. Precisamente, en la última semana tuve que realizar el servicio de búsqueda de proveedores para Extenda en Egipto, dónde estaba presente Inagroup y comienza mi relación con la empresa. Al tiempo, surge una vacante en Inagroup que acepto ya que, tras siete años en el extranjero disfrutados entre Austria, Egipto, Londres, Australia y Madrid, ya tenía pensamiento y deseo de asentarme en España.

Me gustaba el sector de los fertilizantes y había hecho un estudio del mercado y del sector en Egipto. Es en el mes de enero de enero de 2021, cuando se produjo el match con Inagroup, y con ello, mi incorporación efectiva a la compañía.

### ¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?

Teniendo en cuenta que nunca me había enfrentado a una empresa privada, el progreso ha sido brutal.

Inagroup es una empresa “pequeña”, que cuenta con una plantilla de quince trabajadores, lo que unido a mi actitud permanente de aprendizaje y a las facilidades que me han ofrecido, he podido conocer, trabajar, ayudar y avanzar en todos los ámbitos de la empresa, pues me han dado la oportunidad de expresarme, proponer ideas, y todo no sólo ha sido escuchado, sino que ha sido puesto en práctica, ofreciéndome al tiempo, gran capacidad para tomar decisiones.

Inagroup produce un producto, susceptible de ser comercializado en cualquier país del mundo, lo que requiere de su registro previo. Para ello, he aprendido a buscar el cliente potencial, la negociación, la búsqueda de información para realizar los registros en los países de destino, logística, traducción de documentación, trazabilidad, etc.

Pero quizá dónde más he avanzado ha sido en la esfera del marketing, en la que he trabajado con especial énfasis en la mejora de la imagen a nivel logo, catálogo, flyer, etc., y, una vez más, toda propuesta ha sido aceptada. Así, en un primer momento lo hice yo, y con posterioridad se realizó la externalización, pero a partir de mi idea y bajo mi coordinación.

### **¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?**

Sorprendentemente no he encontrado ninguna barrera y no solo estoy en contacto con Almería, sino que soy la representante de la empresa almeriense en el mundo. No solo no he tenido obstáculo, sino que el ser mujer me ha facilitado el trabajo junto a mi empeño de dar una buena imagen. Tengo la sensación de que a los clientes les gusta tratar con una chica. Somos más organizadas y atendemos más al detalle. Yo no trato al cliente como tal sino como socio y/o partner, llegando a establecer lazos personales. He tenido una relación muy fluida por el hecho de ser mujer. De hecho el personal mayoritario en Inagroup es femenino.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

Depende del nivel. No es un sector muy atractivo para la gente joven de mi edad. Es un sector que no tiene un buen marketing. Es necesario trabajar la falta de información del sector más joven antes de decir hacia donde quiere dirigir su camino, pues sin querer estudiar agronomía, es complicado llegar al sector. A ello se une el que es un trabajo tradicionalmente visualizado como de hombres, incluso a nivel CEO. Es por tanto, necesario invertir en imagen para que el sector llegue a un público joven, que a fin de cuentas es el futuro del sector. Es necesario hacerlo atractivo, no es que la imagen, per se, no sea buena.

### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?**

A nivel empresa, mi juventud, mi experiencia de vida, y mis ganas de hacer las cosas bien. Un mayor desarrollo de la sección de marketing, desde la juventud y mi femineidad.

A nivel organizativo, dentro de la empresa, todo era más tradicional, y mi aportación, ha llevado a lograr un marketing juvenil en redes sociales, muy visual.

Soy una embajadora de Almería y de su innovación en el mundo, en los distintos países en los que he trabajado. Soy una embajadora de nuestras condiciones y del valor que ofrecemos, más allá del producto en sí.

## **SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR**

### **Fortalezas del sector**

Como sector, su fortaleza radica en ser una actividad sostenible en la que Almería, por su situación geográfica y cultural está entregada a la agricultura, una actividad resiliente, tenemos experiencia, el know how, gente que entiende y lo vive. Es un sector muy agradecido y muy cercano. Es un sector que acoge y valora. Es un sector cercano, nada superficial. Es un sector vocacional, que siempre va a luchar por evolucionar y mejorar, y ese es el futuro.

### **Debilidades. Problemas**

#### **¿Qué cambiarías tu del modelo actual?**

Al ser muy familiar, pasando de padres a hijos, no han salido fuera y de ahí, la falta de visión y ciertamente de tolerancia. Falta ese aprendizaje, ese ver como en otros países existen universidades grandes dedicadas exclusivamente al agro.

La situación geográfica apartada del resto de España y la falta de infraestructuras, hacen que el talento que no llegue a Almería por su

localización. Finalmente, nuestra imagen del sector no es la de un sector atractivo.

**¿Crees que el producto almeriense tiene valor añadido?**

Totalmente. El problema es que el consumidor final no tiene una concepción real de todo lo que hay detrás del producto hasta que llega al supermercado. Experiencia, requisitos, condiciones. No es lo mismo como se cultiva en Almería, en Marruecos o Perú, y, lamentablemente, no somos capaces de transmitir ese valor añadido.

**¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tiene fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios, para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisorio a nivel internacional?**

La respuesta tiene una doble vertiente toda vez que, de un lado, vendo que somos la despensa de Europa, un verdadero hub agroeconómico, derivado de ser la provincia con mayor concentración de invernadero, y del hecho objetivo de que, Europa depende de nuestro producto. Pero, de otro lado, y teniendo peso específico como tal, y la

capacidad, carecemos de las herramientas para hacernos valer. Hay poca gente con mucha ambición, lo que hace que no tengamos resultados.

## FUTURO DEL SECTOR

### Futuro y sostenibilidad

Futuro y sostenibilidad son dos términos y realidades que avanzan de la mano. Así, se trabaja intensamente en la investigación y búsqueda de soluciones al problema del uso de químicos por parte de empresas y agricultores, quienes focalizan su esfuerzo en desarrollar productos amigables tanto con el medioambiente como con la salud. Cada vez es mayor el número de empresas en busca de soluciones sostenibles

**¿Cómo te ha afectado la transformación digital?**

Lo que me afecta es que no exista una adaptación plena a la transformación digital. Mi generación, es una generación digital, vivo en la era digital y no en el proceso. Soy una nativa digital.



**D**

*“Es muy importante el papel de la mujer para evitar la desvertebración del mundo rural”...*

# María López Fernández

Consejera Banco Crédito Social Cooperativo

Edad: 55 años

Nivel de estudios: Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales

—

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

Soy hija de un agricultor almeriense y, por tanto, mi origen personal y profesional está unido al sector. Nací en una pequeña barriada en la que no había ni agua corriente ni luz eléctrica, emplazada en una zona del Levante almeriense en la que se vivía de trabajar una agricultura de secano, de olivos y almendros, cereal, y legumbres, que se complementaba con una ganadería de cerdos, conejos, cabras y ovejas. Pero aquel modelo de agricultura tradicional, prácticamente de subsistencia en gran parte de los pueblos pequeños del interior de la provincia, dejó de ser rentable. Lo que obligó a mi padre a tener que emigrar a Alemania para garantizar la manutención de nuestra familia, quedándose mi madre al cuidado de los hijos, padres y suegros.

Recuerdo que cuando tenía 10 años hicieron un pozo y un aljibe junto a la casa, lo que, a partir de aquel momento nos permitió disponer de agua corriente en la vivienda y construir un cuarto de baño. Supuso un gran paso adelante, pero aún carecíamos de luz eléctrica... lo que me obligaba a estudiar por la tarde-noche a la luz de un candil de aceite y un butano de gas.

Mi madre me enseñó a leer muy pronto, casi al mismo tiempo que a hablar, siendo verdaderamente esencial su presencia y orientación en mi vida. Cada sábado me traía del mercadillo un libro de bolsillo o un cómic, cuyas lecturas despertaban en mí muchas inquietudes, junto al deseo y la necesidad de hacer cosas que llegado el día me permitieran salir de allí. Es cierto que disfrutaba mucho del campo y de la naturaleza, pero también lo es que desde pequeña sentía muchas limitaciones en otros ámbitos.

Mi expediente escolar fue muy bueno y todos los profesores me animaban a que siguiera estudiando, hiciera el bachillerato y pensara en hacer después una carrera universitaria. Pero yo veía ese proceso muy largo, por lo que, en contra de todas las opiniones, movida por la imperiosa necesidad que sentía de salir del pueblo y ponerme a trabajar, decidí matricularme en Formación Profesional, en la rama Administrativa y Comercial. Con esto perseguía dos cosas: de una parte, realizar unos estudios que me permitieran encontrar pronto un trabajo y salir del pueblo para hacer todas las cosas que estando allí no podía hacer; y de otra, contribuir a facilitar también la economía familiar, de modo que mi padre pudiera volver de Alemania. Una situación que generaba en mí un gran sentimiento de responsabilidad. Así fue como estudié Formación Profesional durante cinco años, en Vera, y me gradué como

técnico especialista en el área Administrativa y Comercial.

Una vez concluidos estos estudios, por mi expediente académico, tuve la posibilidad de acceder a una beca en la Caja Rural de Almería y fui seleccionada para ello en mil novecientos ochenta y cinco; pero mi padre me convenció para que siguiera estudiando y no empezara a trabajar, pese a que ya me hubiera comprometido. Recibí una carta suya en la que me mostraba su apoyo y me decía que el tren pasa todos los días de nuestra vida. Y aquel mensaje me llevó a rechazar mi primera oportunidad de trabajo.

Así que continué estudiando y en mil novecientos ochenta y seis me trasladé a Almería para acceder a la diplomatura en Empresariales, que era el nivel de estudios superiores que se podía cursar en el aún Colegio Universitario de Almería. Tres años después, cuando acababa de terminar el tercer y último curso de la diplomatura, un día vi publicado en *La Voz de Almería* el anuncio de una convocatoria en la que se ofertaban quince plazas de auxiliar administrativo en la Caja Rural de Almería. Me presenté, me seleccionaron y en entonces sí me incorporé a la entidad, lo que, sin duda, era mi destino.

Así fue como aterricé en el sector agroalimentario, de una forma mucho más profesional, puesto que, como todo el mundo conoce, la Caja Rural de Almería, hoy Cajamar, es una entidad financiera unida desde sus orígenes al sector, ya que fue promovida y constituida en 1963 por cooperativas del campo, y hoy día, sesenta años después sigue manteniendo un fuerte vínculo y dedicación al sector agroalimentario.

### **¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?**

Comencé a trabajar en una oficina de la ciudad de Almería donde estuve cuatro años, y

en mil novecientos noventa y tres me trasladaron al departamento de Seguimiento de Riesgos. En ese momento es cuando empiezo a tomar conciencia de lo que es y representa el sector agroalimentario, al entrar en contacto con operaciones de financiación.

A partir de ahí, todos los puestos que he desempeñado en mi carrera profesional han estado muy relacionados con el sector, primero en Auditoría de Riesgos, Banca de Empresas, Centro de Análisis, y después en el Área de Admisión de Riesgos, donde me encargada de recibir todas las operaciones de financiación que presentan los clientes, regulando y administrando todo el sistema de concesión de operaciones crediticias. Al mismo tiempo, continué estudiando hasta obtener la licenciatura en Ciencias Económicas y Empresariales. Posteriormente, pasé a la Dirección de Inversiones donde mis funciones se ampliaron al Área de Admisión, Seguimiento y Recuperación de Deuda, y poco después me ascendieron a la categoría profesional de subdirectora general.

A partir de dos mil ocho, viví toda la crisis inmobiliaria en la Dirección de Inversiones y, a pesar de la presión y dificultades de aquellos años, recuerdo esta etapa como una de las más bonitas y enriquecedoras de toda mi trayectoria profesional. Además de la parte técnica, regulatoria y organizativa, lo que más disfrutaba era la gestión, esa parte de reconducción de operaciones para dotarlas de viabilidad y ofrecer soluciones financieras a los clientes en unos momentos tan complejos. Y fue precisamente esa parte de gestión la que me llevó a tomar una decisión radical. Sentía que, si continuaba ejerciendo estas responsabilidades propias de Servicios Centrales, cada vez me especializaría más y me alejaría de las funciones que realmente me gustan, que son la gestión y el trato directo con las personas. Así

que solicité incorporarme a la red comercial y comencé una nueva etapa como directora de zona de Almería Ciudad.

Estuve un año al frente de esta dirección de zona, tras la que fui nombrada directora de la Dirección territorial de Almería, Granada y Jaén y el contacto con el sector agroalimentario fue mucho más directo, y no sólo a través de los números. Lo que me animó a especializarme más, por lo que empecé en la Universidad de Almería un Máster.

de Derecho y Economía Agroalimentaria y ya me acabé de enamorar. En este puesto me mantuve durante tres años, y fue el que más me ha disfrutado profesionalmente, toda vez que en el mismo confluyen la gestión de riesgos, el negocio y el trato con las personas. Después me requieren para hacerme cargo de la Dirección de Finanzas Sostenibles, porque, si bien Cajamar ha trabajado siempre en esta línea, desde el comienzo mismo de su actividad, era necesario ordenar lo realizado, actualizar los recursos y medios y dar respuesta a nuevas exigencias regulatorias que de facto ya se estaban realizando. Y por mi trayectoria profesional entendieron que era la persona adecuada para ello. Este puesto lo desempeñé durante dos años y a continuación es cuando me ofrecen ocupar una vacante existente en el Consejo de Administración del Banco de Crédito Social Cooperativo, que es la entidad cabecera del Grupo Cooperativo Cajamar. De manera que desde el año 2021 soy consejera dominical del BCC en representación de Cajamar.

### **¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?**

En este sentido tengo que decir que me siento muy afortunada. Es cierto que he encontrado algunas barreras, pero no muchas.

Y he de reconocer que las mayores barreras me las he puesto yo misma. Me explico.

En mi infancia, en el pueblo, mis padres siempre me llevaban a trabajar con ellos. Mi madre, que era la que vivía en Almería, lo hacía todo. Las labores que históricamente se atribuían al hombre, y las consideradas propias de la mujer. Cuando mi padre estaba en casa siempre me llevaba con él, cuando era más pequeña para hacerle compañía, pues pasaba muy poco tiempo con nosotros; y después le ayudaba en todo lo que hacía. Así aprendí cosas como el ‘arte de la poda’, algo que me encanta y recuerdo con mucho cariño.

Cuando en mil novecientos ochenta y nueve empecé a trabajar en la Caja Rural de Almería, las mujeres estaban básicamente en puestos administrativos. Como mucho, alguna desempeñaba la intervención de oficina. Creo recordar que únicamente había una directora de oficina y sólo una mujer en un puesto de alta dirección, y eso se mantuvo así durante algunos años.

Las cosas empezaron a cambiar del todo en torno al año dos mil, que es cuando se produce un punto de inflexión y se empieza a fomentar con más fuerza la igualdad de oportunidades. Desde entonces la entidad ha promovido protocolos de actuación y ha obtenido reconocimientos diversos por ir precisamente más lejos de lo que la propia normativa exigía en cada momento. Es más, en esta materia puedo decir con orgullo que en Cajamar hemos creado escuela.

En el sector agroalimentario, en mis relaciones con clientes, no he tenido ninguna barrera ni trato diferencial por ser mujer. Me he sentido muy reconocida e integrada y a todos les estoy muy agradecida por el trato que me han dispensado.

Asimismo, en mi empresa, en lo que respecta a mí, tengo que decir que hombres que han desempeñado funciones de máxima responsabilidad me han impulsado a progresar, reconociéndome habilidades de las que ni yo misma era consciente. Y en mi casa, a nivel familiar, he de reconocer la generosidad de mi marido que se pidió una excedencia de seis meses para que fuera yo quien pudiera crecer profesionalmente, pues en aquellos años aún no se habían generalizado todavía las medidas de conciliación familiares que tenemos hoy.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

Considero que hay que actuar en un doble sentido. En primer lugar, las empresas deben incorporar decididamente las medidas e iniciativas necesarias para las familias, dirigidas a no únicamente a la mujer sino a las familias, para que cualquier mujer pueda tener la proyección adecuada atendiendo a su perfil, cualificación y habilidades. Y vuelvo a referir mi caso: mi marido se acogió a una excedencia para el cuidado de nuestros hijos menores, lo que me permitió que yo pudiera optar a un puesto que, al menos de inicio, exigía mucha dedicación. Hoy día, veinte años después, esa decisión suya no habría sido necesaria porque actualmente existen muchas medidas que facilitan la conciliación.

Asimismo, las empresas deben ofrecer mucha transparencia y mejorar la comunicación en sus procesos de selección de personal; para que nadie se sienta agraviado y, de entrada, cualquier persona de la organización conozca las habilidades que se deben tener y los pasos a seguir para aspirar a una carrera profesional.

Afortunadamente, la normativa en materia ASG (Ambiental, Social y de Gobernanza)

que emana y promueve la Unión Europea está poniendo mucho celo en la igualdad de género, tanto a nivel salarial como en rango de dirección, así como sobre la necesidad de asegurar un mínimo de porcentaje de representación femenina en puestos de alta dirección, de manera que lo referente a esta primera parte ya está prácticamente asegurada. Es cuestión de muy pocos años.

No obstante, el hecho de que entre en vigor una nueva normativa de obligado cumplimiento no es suficiente para alcanzar la igualdad. Sin duda alguna, este es un tema cultural, de educación, de voluntad, de eliminación de prejuicios, etc. Tenemos aún interiorizado el perfil masculino para el desempeño de puestos que tradicionalmente han sido ocupados por hombres, y pensamos que las mujeres no somos válidas para ejercerlos. Y no es así. No hay que aceptar ni dar por sentado que la forma correcta de hacer las cosas se debe, simplemente, a que así se ha venido haciendo durante muchos años. Hoy, en cualquier puesto, hay que anteponer el “sello personal” y en base a ello los iremos enriqueciendo y aportando valor a la empresa.

Tenemos que vencer un enfoque reduccionista, que nos limita y circunscribe profesionalmente. No hay ninguna persona idónea al cien por cien para ocupar un puesto. Con una visión perfeccionista equivocado, las mujeres tendemos a pensar en todo lo que no tenemos y nos olvidamos de lo que sí tenemos y podemos aportar, así como de poner en valor nuestra capacidad de crecer.

La normativa ayudará, pero nosotras también tenemos que dar el salto y atrevernos a dar el paso. Empezar a convencernos de que no tenemos por qué elegir. Ser conscientes de nuestras capacidades. Ser capaces de delegar

en la esfera personal y familiar, y dejar espacio al resto de miembros de la familia. Dejar a un lado el ‘sentimiento de culpa’ que sentimos cuando nos vamos a trabajar y pensamos que estamos abandonando a nuestras familias; cuando lo que estamos haciendo, con nuestro ejemplo, es aportar un salario más elevado para que puedan disponer y disfrutar de mejores servicios y acceder a una mejor educación.

Por todas estas razones, creo que es muy importante el papel de la mujer para evitar la desvertebración del mundo rural y mitigar el impacto de la transición ecológica en el aspecto social y económico. Nosotras somos las primeras que tenemos que ser conscientes de ello, creérnoslo y atrevernos a dar el paso.

### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?**

Pues ahora mismo, así de repente no sabría decirte. Nunca me lo he planteado. Quizá, considerando la relevancia que ha alcanzado el Grupo Cooperativo Cajamar en el sector agroalimentario, el hecho de que yo misma, una mujer, haya sido la primera directora de Inversiones del Grupo, y asimismo la primera mujer que ha desempeñado un puesto de directora territorial en la red comercial, espero que de algún modo haya servido para estrechar distanciamientos y descartar complejos entre los hombres y mujeres de mi organización.

Dicho de otra manera, creo que a lo largo de mi trayectoria profesional he aportado mi visión, mi estilo de liderazgo y he dejado mi sello personal, por lo que espero que mi contribución sirva para dar ejemplo de que se

## **SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR**

### **Fortalezas del sector**

A diferencia de lo que ocurre en otros sectores, en el agroalimentario no existe el sentimiento de fracaso. Se distingue por un espíritu emprendedor e innovador que no se vence fácilmente. Llegado el caso, ante una mala campaña, vuelta a empezar con más decisión si cabe. Se refinancian préstamos y a por otra campaña con más energía si cabe.

Este es un sector muy resiliente. Hemos sabido adaptarnos a las exigencias del mercado y nuestros productos son bien aceptados, productos de mucha calidad conseguidos a base de técnicas muy avanzadas, obteniendo un importante reconocimiento a nivel europeo.

Un sector de altísima productividad y muy sostenible, con una gran visión global y a su vez un fuerte compromiso por lo local que cuida y respeta un modelo de producción eficiente y responsable. De modo que, comenzando por lo más básico, se ha ido creando un tejido empresarial y social muy potente que favorece el arraigo de las personas al territorio.

Lo que nos distingue y constituye un elemento diferenciador respecto a otros sectores, es la identificación del sector agro con el territorio local y su positivo impacto en la distribución de la riqueza por su perfil granular y familiar. Y ello con una vocación de mejora continua, y mucha inversión en investigación y tecnología para adaptarse a los nuevos retos asociados al cambio climático y a las desigualdades económicas y sociales.

## Debilidades. Problemas

### ¿Qué cambiarías tu del modelo actual?

Nosotros mismos. No terminar de creer en nuestras fuerzas. Tenemos que avanzar y no focalizarnos solo en cuestiones que pueden agotarse en sí mismas, como en los precios.

Muy al contrario, es necesario tener la mentalidad de que a partir de aquí, de este momento, y de este sector nace todo, y preguntarme dónde quiero llegar, sin límites. Grandísima debilidad la encontramos en las noticias que salen desde nuestra agricultura al mundo exterior. Noticias negativas que no hacen sino, dañar nuestra imagen, por falta de coherencia entre lo que se transmite y su realidad.

Finalmente, la falta de unión del sector, que de existir, seríamos capaces de transmitir las bondades del sector, que nos enaltecería.

### ¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tiene fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios, para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisorio a nivel internacional?

Es complicado, pero no porque sea difícil tenemos que dejar de intentarlo. Debemos seguir avanzando y fortalecer nuestra posición.

Estoy convencida de las bondades de la agricultura almeriense, que es un modelo sostenible en su sentido más amplio. Que seamos capaces de producir una gran cantidad de alimentos con escasos insumos; de generar riqueza que se reparte entre muchos agentes, a lo que contribuye el papel que juega el cooperativismo. Y aunque todavía

nos quedan muchas cosas por hacer, facilitamos la integración a los inmigrantes que llegan con la intención de arraigarse en nuestra provincia. En este sentido, es preciso recordar que gran parte de las personas que promovieron e hicieron posible esta agricultura vinieron en su día de fuera de Almería. Y que cada vez son más los inmigrantes extranjeros llegados en las últimas tres décadas que ya son propietarios de sus tierras y negocios. Este es el mejor ejemplo de integración.

También es preciso poner en valor la permeabilidad que ha tenido la sociedad almeriense hacia la innovación tecnológica, lo que nos ha convertido en el gran laboratorio agroalimentario del mundo. Muchos agricultores y empresas de otras partes de España y de otros países nos siguen y están expectantes por conocer los nuevos desarrollos que tienen lugar en Almería y que después se extenderán a otras regiones, países y continentes. Tenemos en nuestras manos las herramientas para asegurar una producción de alimentos a precios asequibles para una población que no para de crecer en el planeta. Esa puede ser nuestra mayor contribución, que debería ser tenida en cuenta a nivel político tanto en España como a nivel internacional. Un modelo productivo sostenible que podría trasladarse perfectamente a otros territorios.

## FUTURO DEL SECTOR

### Futuro y sostenibilidad

La agricultura, y el sector agroalimentario en general, tienen un carácter estratégico que es fundamental para el futuro de la humanidad. El gran objetivo al que nos enfrentamos es el

de evolucionar todos los sistemas alimentarios, lo que supone abordar tres grandes retos. En primer lugar, proporcionar alimentos básicos para una población en constante crecimiento, lo que conllevará un incremento del 70 % de la demanda de alimentos, en un planeta con recursos limitados.

En segundo lugar, garantizar el suministro de esos alimentos haciendo un uso responsable del suelo y de los recursos disponibles, sin poner en peligro uno de los recursos más valiosos del ecosistema, el agua, un factor cada vez más limitante. Y en tercer lugar, contribuir a mitigar el cambio climático con la capacidad de la agricultura de fijar el CO<sub>2</sub>, a través de la fotosíntesis.

Para dar respuesta a estos tres grandes retos, tenemos que apoyarnos en la investigación, en la transformación digital, en la transferencia del conocimiento, en la tecnología y en la economía circular.

A corto plazo donde más posibilidad de mejora tenemos es en el manejo del suelo, que viene a ser el aparato digestivo de las plantas. Al mejorar el equilibrio microbiano logramos una mejora, dado que el suelo es uno de los mejores sumideros del CO<sub>2</sub>. De ahí que la necesidad de evitar la alteración del suelo y que se produzca esa liberación.

Otro punto de interés es la fertilización de cultivos, con aportaciones orgánicas tanto del resto de cultivos previos o estiércoles como de la ganadería, etc. La agricultura y la ganadería se han alimentado tradicionalmente la una de la otra, por lo que no deberíamos perder esa visión tradicional adaptándola al tiempo actual.

Y reitero la importancia del agua, de los recursos hídricos, toda vez que es un factor

crítico muy limitante que exige un gran esfuerzo de innovación que permita optimizar su uso. Es cierto que con la digitalización se ha avanzado mucho, pero sigue siendo importante desarrollar una mayor y mejor tecnología que permita avanzar en la desalinización y en otras fuentes de agua subterneas.

Otros factores de indudable interés son los derivados de la mejora de la genética de las plantas para aumentar su capacidad productiva y conseguir su mejor adaptación a un clima que esta involucionando; de las técnicas de control integrado de plagas, desechando los productos químicos de síntesis y promoviendo el control biológico; del desarrollo de nuevas técnicas de producción y comercialización, más sostenibles respecto a las técnicas que todavía se siguen utilizando, por ejemplo, en el envasado.

Otro tema que para mí es crítico es el del desperdicio alimentario, en cualquier etapa de la cadena. De acuerdo con los datos facilitados por la FAO, un tercio de los alimentos se tiran porque no cumple con los estándares de calidad o se deterioran por un uso inadecuado. Esto nos permitiría desarrollar más la industria de segunda, cuarta y quinta gama e incluso llegar a la rama farmacéutica, aprovechando todos los nutrientes de los productos que por estándar de calidad se desechan.

También una mayor aportación a comedores sociales o similares con los productos de próxima fecha de caducidad. Sin olvidar lo importante que es el desperdicio en los hogares, hemos de trabajar en una mayor concienciación y cultura del desperdicio con acciones como hacer la compra con previsión, dedicándole tiempo a esta programación del consumo del hogar. Antes hemos hablado de que la población que no para de crecer en un planeta con recursos escasos. Por eso es muy importante un cambio en los hábitos de

consumo y dar un gran salto pasando de una economía lineal a una economía circular.

La digitalización, muy importante en el sector, incrementa la productividad y permite un uso más eficiente de los recursos. Más productividad significa más sostenibilidad siempre que se respeten todos los parámetros que hemos ido mencionando, no a cualquier precio. Por ejemplo, el transporte influye mucho en la huella de carbono, por lo que sería un objetivo a reducir.

Y si bien la digitalización es transversal en la consecución de los objetivos del desarrollo sostenible, no tenemos que olvidar los otros dos pilares de la sostenibilidad: el social y la gobernanza. Tenemos que fomentar el trabajo digno, la integración de las personas, luchar contra la desigualdad, etc. No podemos hablar de sostenibilidad y transición ecológica sin considerar el aspecto social y una adecuada gobernanza es imprescindible para una buena estrategia alimentaria.

### **¿Cómo te ha afectado la TD?**

Mucho y en positivo. Buena prueba de ello la tenemos en la realización de parte de esta entrevista en su modalidad virtual. Sin embargo, y aunque a mí me ayuda y facilita las tareas, he de reconocer que tiene también sus efectos negativos toda vez que ha derivado en una cierta deshumanización y falta de atención y relación presencial para las personas de más edad y con menor formación y habilidades.

## **Conclusión**

Para mí ha sido un placer y me siento muy agradecida de que me hayáis tenido en cuenta para colaborar en esta publicación. El tema que hemos abordado es amplio y complejo y podríamos entrar en mayor profundidad en todas las cuestiones, pero me voy a quedar con dos reflexiones.

La primera, todo el camino que queda por recorrer. Tenemos grandes retos, no puede haber un buen desarrollo de la agricultura sin un buen desarrollo sostenible que nos permita cultivar alimentos saludables para una población cada vez más creciente, con el menor impacto para el planeta y considerando a todas las personas. Tiene que ser viable económicamente y justo para todos los integrantes de la cadena.

La segunda, el gran desarrollo que ha tenido la provincia de Almería en los últimos 55 años. Inicié esta entrevista contándote como fue mi infancia y las dificultades que aún existían en nuestros pueblos para acceder a servicios básicos. Hoy el escenario es totalmente distinto: muchos retos por cumplir y un futuro ilusionante.

Finalizo, AGRADECIENDO a mis padres su amor, su esfuerzo, su sacrificio, su entrega, su dedicación y su enseñanza que me han permitido aprender, formarme como persona, llegando a ser quien soy, dónde estoy.





**D**  
M

| *“La industria agroalimentaria  
está muy repartida socialmente”...*

# María del Carmen Cardila Cruz

Crop marketing specialist en BASF

Edad: 42 años

Nivel de estudios: Licenciada en dirección y administración de empresas

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

Llego al sector en el año 2003 de la mano de la Fundación Cajamar, cuando al finalizar la carrera realizo unas prácticas en el instituto de estudios económicos antiguo.

### ¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?

Ya trabajando en Cajamar, comienzo a ser consciente del potencial de crecimiento en la industria agroalimentaria, descubriendo como realizar la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos en los años de mi formación universitaria. Siento, que hago algo bueno por el planeta trabajando para el sector, y descubro con detalle el perfil de los distintos perfiles del sistema, desde la producción al consumo, fascinándome el del agricultor. Veo que hay mucho margen de mejora donde impactar positivamente.

Finalizadas las prácticas en Cajamar y, tras un período en La Caixa, apliqué a una plaza de marketing en el centro tecnológico de la piedra de Macael, focalizada en ayudar a los

empresarios del mármol a avanzar en los proyectos de innovación, pero por circunstancias varias, perdí la motivación y fui, en ese momento, contratada como gerente de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Almería (AJE), un puesto de mucha responsabilidad y visibilidad en Almería que facilitó mi siguiente contratación en Savia Bitoech, S.A, start up de biotecnología aplicada a la agricultura que, aunaba los dos mundos que me apasionaban, el universitario y el agroalimentario.

Allí monté la empresa desde cero, con 2.600.000 euros para su puesta en funcionamiento, con un equipo de 15 técnicos, sobre todo biólogos. El objetivo como directora general era principalmente el de alinear la visión y la estrategia empresarial con los 17 accionistas. Las casas de semillas eran los principales clientes, entre otros agentes del sector. Fueron 4 años muy enriquecedores donde aprendí la profesión del gerente realmente.

Con posterioridad, mi marido consiguió una beca de la Fundación Eduarda Justo de Cosentino para estudiar en MIT en Estados Unidos, así que me fui con él porque para mí también sería una experiencia única y residimos en Boston 3 años. Durante éstos, remonté

mi carrera en un nuevo país sin contactos previos ocupando varios puestos para mejorar mi nivel de inglés hasta que fui contratada como consultora senior por Everis para el Banco Santander como cliente. Entre estos puestos variopintos destacaría la experiencia de haber trabajado en la cadena de comida rápida saludable “Pret a Manger” cuyo modelo de negocio había leído en el Libro “La estrategia del océano azul”. Fue muy interesante vivir la forma de hacer su diferenciadora estrategia desde dentro. Además, nos formaron en las tiendas de Nueva York para hacer la expansión en Boston que fue un éxito. Fue otra de las experiencias más enriquecedoras de mi vida al permitirme conocer cómo es la vida real de un ciudadano americano medio y un modelo de negocio que para mí era súper atractivo en mi carrera.

Cuando mi marido terminó sus estudios en Boston nos mudamos a California y allí yo aproveché para hacer un MBA en San Francisco con rotación de dos meses en Sanghai y Dubai. Me gradué en el World Economic Forum de Davos en Suiza y casualmente mi marido se mudó a Zurich durante mi rotación, por lo que nos volvimos a encontrar allí y nos quedamos a vivir en Suiza.

En Zurich, se me explotó la burbuja de la igualdad que yo no había echado en falta hasta entonces. Fue en el momento de ser madre y más estando en otro país diferente al mío, me choqué con la incompatibilidad de ser madre y poder trabajar en puestos internacionales que era el perfil para el que había estudiado, por lo que allí emprendí varios proyectos personales alternativos, entre ellos un blog para aprender de marketing digital y también estudié alemán, además de tener a mi primera hija y disfrutarla mucho al estilo suizo de maternidad ideal.

Tras 3 años viviendo en Suiza, y ya siendo madre, analicé mi nueva situación y cómo

alcanzar mi máximo potencial y felicidad y decidí volver a Almería. Continué estudiando en la Universidad de Almería, hice el título de experto en coaching y el de monitora de yoga, dos disciplinas en auge internacional y, además, retomé mi doctorado para terminar la tesis.

Es en febrero de 2019 cuando empiezo a trabajar en Vicasol, montado el departamento de marketing y relaciones públicas donde permanecí muy feliz ayudando a esta entrañable “familia de 1.000 agricultores” hasta mayo de 2022, cuando inicio mi actual andadura en BASF para esta gran multinacional.

### **¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?**

Explícitamente solo a la hora de ejercer roles de cara al cliente en países donde la mujer debe de quedar en un segundo plano por no tener igualdad de derechos que el hombre.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

Primero centrarnos en lo que si podemos hacer, y es que la mujer de un paso hacia adelante, que perdamos el miedo a liderar públicamente, a no ser tan exigentes con nosotras mismas ni con otras mujeres, a perder la vergüenza y atrevernos a opinar. Los referentes que se ponen actualmente creo que van ayudando mucho. Segundo, luchar por seguir rompiendo barreras sociales que no incentivan que lleguemos a la dirección, como el derecho que tanto hombres y mujeres de todas las edades debieran de tener de poder conciliar. Especialmente en una sociedad en la que todavía se descargan las tareas de los cuidados principalmente en las mujeres no jugamos con las mismas reglas y, por tanto, no podemos

competir en igualdad de condiciones cuando somos padres o tenemos personas dependientes a nuestro cargo

### ¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?

En Vicasol y en BASF, me dicen cariñosamente que traigo aire fresco. Creo que se refieren a mi experiencia internacional. Le saco brillo a los diamantes en bruto digo yo. Cuando veo algo bonito y útil me gusta comunicarlo y hacerlo fácil para que todo el mundo lo entienda y lo valore. Lo que no se conoce ni se entiende no se valora y lo que no es diferente es indiferente... eso me lo ha enseñado el marketing y me lo aplico a mí misma. Mi mayor aportación es inspirar a las personas a ser mejores, creer en su potencial, crear ambientes buenos de trabajo, donde la gente pueda hablar y se le respete su opinión, aunque haya que cumplir los objetivos, claro está. En casi todas las empresas por donde he pasado he logrado la mejora de la organización y de la comunicación. Creé la reunión interna de comunicación mensual en Vicasol (o su sistema de gobierno) para que cada jefe de departamento transmitiera a la gerencia lo que cada uno estaba haciendo y que, a su vez, fuera conocido por el resto de la organización. Mejoro la cultura organizativa, en definitiva, y consigo que gracias a esto se consigan antes los resultados por todo el equipo.

Me considero solucionadora de problemas con visión estratégica, lo que redundará en menos conflictos de equipo. Me gusta tratar mejor a las personas, practicar la escucha activa cada vez más, e incrementar el sentimiento de pertenencia en la organización mostrando la importancia que tienen todas las personas, desde el peón a la gerencia. También me encanta poner en valor la

diversidad. Tengo dotes de líder, pero desde que he sido madre no he tenido puestos formales donde ejercerlo de una forma formal, siempre uso el liderazgo de manera informal para influenciar y conseguir que pasen cosas, pero con poder formal se podría avanzar mucho más.

## SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR

### Fortalezas del sector

**Un sector hecho por sus personas.** La mayor fortaleza del sector es que es un sector hecho así mismo, de manera local, por las personas que habitan en su territorio. Es un modelo no exportable.

**La producción mundial más concentrada y eficiente del mundo.** El sector ha sido capaz de hacer que el desierto de Almería con un solo 3,5% de su superficie sea capaz de producir más frutas y verduras que toda Alemania de la forma más sostenible posible.

**Una riqueza muy democráticamente y socialmente bien distribuida.** Es un sector muy dinámico y con pocas barreras de entrada por lo que la riqueza que produce la industria agroalimentaria está muy repartida socialmente, y no en mano de unos pocos, por ello que las personas y las empresas estén muy arraigadas al entorno.

**Posibilidad de usar recursos naturales como ventaja competitiva.** Otras fortalezas provienen de la propia naturaleza y situación geográfica de Almería: el viento, la luz, las horas de sol, poco agua que exige ser eficiente y respetuoso con su uso... nos ha permitido tener una agricultura lo más productiva

posible con el menor impacto y uso de recursos posible, lo que la convierte en una de las agriculturas más sostenibles del planeta, además en sus tres vertientes: económica, social y medio ambiental.

**Situación geográfica y política de este sector.** Finalmente, disfrutamos de un entorno seguro a nivel de economía mundial, situación geográfica y regulación.

## Debilidades. Problemas

### ¿Qué cambiarías tu del modelo actual?

**Falta de profesionalización en la gestión y la visión comercial.** La gran debilidad es la falta de visión comercial y la escasa profesionalización de la gestión. Es muy necesario invertir en el área de producción porque lo cierto es que hay pocos directores de operaciones en las empresas, por poner un ejemplo. Tradicionalmente, la empresa se ha reducido a un departamento netamente administrativo que se ha ido reconvirtiendo y de cuyas jefaturas han emergido los jefes de recursos humanos, o jefes de sección, de manera natural, con escasa formación específica, cuando hoy día, la demanda hace que las direcciones de calidad y de operaciones sean muy técnicas y se requieren grandes profesionales al frente muy bien preparados.

**Falta de transformación digital y considerar las TICs como la futura gran ventaja competitiva y vía de retroalimentación con el cliente.** En comparación con otras industrias, por ejemplo, de la moda, todavía falta mucha inversión en digitalización, así como en marketing como estrategia para centrarnos mejor en el cliente, considerando el marketing no solo como la comunicación, sino desde el diseño del producto y su

producción para maximizar el valor al cliente, la estrategia de precios y la política de distribución.

**Falta de lobby en los organismos influyentes.** Finalmente, no podemos olvidar la falta de lobby y de unión del sector, junto a la ausencia de una adecuada visión estratégica a largo plazo. Aunque todo es relativo y Almería precisamente es un ejemplo que seguir con su movimiento cooperativista mucho mayor que en otros sectores y lugares del mundo, pero falta más capacidad de influir y negociación.

### ¿Crees que el producto almeriense tiene valor añadido?

Por supuesto que sí, me gusta trabajar en este sector porque me gustan nuestros productos. Se trata de un producto sostenible, de residuo cero, que alimenta al mundo maximizando los recursos naturales, siendo pionero en la lucha integrada y la maximización del agua. Si el consumidor conociera mejor cómo producimos serían conscientes, lo valorarían y pagarían más por comer productos saludables, elaborados respetando los derechos humanos y con seguridad alimentaria garantizada.

### ¿Crees que el campo almeriense es innovador?

Es innovador cuando ve de cerca que la innovación funciona. Somos lentos porque no tenemos líderes carismáticos que nos empujen a innovar. Somos más seguidores que innovadores, pero cuando vemos que algo funciona, el sector se transforma rápido, como fue el caso de la transformación con la lucha integrada. Lo dice todo el mundo pero en este sector funciona más la envidia que la admiración y así nos va pudiéndonos ir mucho mejor.

**¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tiene fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios, para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisorio a nivel internacional?**

No tiene fuerza en estos momentos, aunque la falta de abastecimiento garantizado actual si le está dando circunstancialmente. Si realmente estuvieran más unidos en la comercialización si tendrían más poder de influencia y negociación. Mientras tengan una mentalidad más de productores que de comercializadores tendrán que seguir vendiendo un producto fresco que pierde valor cada día que pasa y, por tanto, no son la parte fuerte de la negociación.

Los productores son pequeños y están atomizados y los principales clientes son pocos y son enormes. Los productores locales compiten contra ellos mismos sin ver que los competidores están en otros países y vienen fuertes con otras reglas de juego.

## **MEDIOAMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE**

**¿Que se ha hecho bien en este ámbito?  
Tareas pendientes.**

Tenemos grandes logros en este ámbito: la lucha integrada que reduce residuos químicos; el aprovechamiento del agua, maximizando el uso de cada gota de agua con sistemas certificados; el aprovechamiento de otros recursos como la luz solar, y el viento. Hay que destacar también los desarrollos de la industria auxiliar investigando en especies más resistentes a los virus, lo que redundará en

una producción sin tanto contaminante y la implantación de placas solares en almacenes e invernaderos.

Almería es un escaparate y campo de investigación ideal a nivel mundial para las grandes empresas ya que pueden probar muchas cosas en poco espacio, por eso las mayores casas de semillas, por ejemplo, tienen sede en Almería.

En cuanto a las tareas pendientes, indudablemente, hemos de reforzar la gestión de los residuos que lleva a una imagen pésima de la provincia y de la marca Almería por el mundo. Los plásticos es la capa que permite el modelo sostenible, pero estéticamente nos perjudica mucho más si no se reciclan o se tratan bien. Las personas son muy visuales y juzgan mucho solo por lo que ven sin entender toda la belleza de la industria que hay debajo.

Si hablamos de las personas, hemos de invertir en gestión del talento, en el sentido tanto de carreras profesionales mejor definidas, como las condiciones laborales, con mejores incentivos y beneficios sociales para dar mayor calidad de vida al trabajador, así como de sueldos más elevados para ser capaz de atraer talento internacional y nacional excelente y ser capaz de retenerlo. Yo digo que si quieres ser el mejor, debes de rodearte de los mejores.

Así que deberíamos de ser capaces de atraer a los mejores y no conformarnos.

A Almería se viene llorando y el que la conoce se vuelve llorando pues es una provincia con mucho potencial y donde se tiene una calidad de vida envidiable en comparación con otros lugares. Solo falta más industria y empleo de calidad.

## FUTURO DEL SECTOR

### Futuro y sostenibilidad

El futuro pasa por hacer acciones sostenibles. Estamos descuidando hasta tener vidas sostenibles como personas. Tenemos que saber gestionar el tiempo mejor que es nuestro recurso más limitado. Es necesario bajar nuestras expectativas de vida, que lo queremos todo ya y con el menor esfuerzo. Tenemos que ser más minimalistas y aprender a vivir con menos o el planeta no nos va a aguantar.

El futuro pasa por la sostenibilidad propia, por las personas, por el planeta y la sociedad. Veo una sociedad cada vez más polarizada, muy ricos y más pobres y perderemos la libertad si polarizamos la sociedad.

Hay que vivir con responsabilidad, gestionando los recursos con cabeza, como hacían nuestras abuelas con la economía familiar.

Van a venir cambios en los modelos de vida que van afectarnos a todos los niveles. Los cambios nos traerán cosas buenas y cosas malas, de nosotros y nuestros políticos y sus incentivos depende... Modelos más flexibles, con cambios en el modelo de ciudad, más vuelta a lo rural, pues gracias a la transformación digital y los precios disparados de la ciudad se podrá plantear la vuelta a lo rural y trabajar desde cualquier sitio. La sociedad del futuro debe de construirse de forma sostenible y contando con las personas, hombres y mujeres con igualdad de derechos y oportunidades, respetando la diversidad que es lo que nos hace únicos y mejores.

No quiero finalizar sin recordar que, las mujeres somos líderes natas, expertas en

cuidar bien de las personas, base emocional de muchas familias y somos esenciales para cualquier industria y país, entre otras cosas porque somos las únicas que podemos engendrar a los ciudadanos del futuro. Por tanto, la sociedad debe de cuidar de las mujeres, posibilitarles que tengan ciudadanos futuros y los puedan cuidar junto a sus parejas y familias porque una sociedad sin amor se educa en el odio y en el resentimiento y así nos va.

Creo que se necesitan más mujeres en puestos de liderazgo que, sin resentimientos, sean capaces de tratar mejor a las personas.

Como mujer agradezco enormemente los pasos dados a todas las mujeres de generaciones anteriores a la mía por sus sacrificios: agricultoras, agrónomas, etc. y muy especialmente aquéllas que se enfrentaron a tomar decisiones con responsabilidad en un consejo rector. Cada generación le pone el camino más fácil a la siguiente, como debe de ser para avanzar y progresar en las cosas importantes.

Cada paso cuenta para que la sociedad nos haga iguales en derechos y obligaciones aunque por naturaleza seamos diferentes.

### ¿Cómo te ha afectado la transformación digital?

Muy favorablemente pues me ha reportado más calidad de vida, haciéndome más eficiente, más productiva, permitiéndome gestionar mejor mis tiempos, obteniendo mayor información y de manera más rápida para la toma de decisiones, etc.

También me abre la posibilidad como persona de poder trabajar en cualquier parte del mundo y por supuesto, facilita la conciliación tanto a mí, como a mi marido.





**D**

*“Las tres mil horas de luz solar al año, nuestro enclave privilegiado, la climatología que disfrutamos, y el escaso impacto medioambiental que generamos”...*

# María Dolores Morales Vicente

Directora general y directora financiera Biosabor SAT

Edad: 52 años

Nivel de estudios: MBA

—

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

Nací en el sector, en la zona de San Isidro. Mi recuerdo de la infancia me transporta a jugar en la arena del invernadero, viendo a mis padres trabajar muchísimo junto con mis abuelos, recolectando de día y envasando de noche, para llevar lo recolectado y envasado, a su venta en subasta.

Así, tengo un referente femenino mi fuerte en la figura de mi abuela materna. Una mujer de una fortaleza extraordinaria. Una mujer trabajadora, con una capacidad de superación impresionante. Una mujer cariñosa que refleja el matriarcado que es para mí la agricultura, actividad y forma de vida que reporta la ética, la amabilidad y la generosidad de mi abuela.

Recuerdo, no sin cierta añoranza, como vivíamos en dos casas de campo grandes con un patio conjunto, y la gente llegaba a casa, tocaban a la puerta pidiendo trabajo. Recuerdo como mi abuela siempre abría, les atendía y se interesaba por su vida dándoles comida para el camino.

Mi abuela siempre decía, haz el bien y no mires a quien, y ese ha sido, sin duda, su mejor legado.

Esa capacidad de inteligencia emocional de mirar y ver, de empatía, que intento poner en práctica todos los días de mi vida.

La realidad, es que he tenido una historia de amor y desamor con la agricultura pues, según iba creciendo era consciente de que la mujer disfrutaba de peor calidad de vida que el hombre. De esta manera, mi madre trabaja la misma jornada que mi padre en el invernadero, y luego llegaba a casa, y comenzaba una nueva jornada en el hogar. No entendía ese doble papel tan duro que le tocaba desempeñar a mi madre.

A esta incomprensión le sumaba el que acompañaba a mi padre a la alhóndiga, y comprobaba como, en ocasiones, no conseguía la venta de la producción, explicándome como había un exceso de producción, lo que nos obligaba a tirarla por causa de la especulación y la intermediación.

Fueron todas estas circunstancias las que, me llevaron a agarrarme a estudiar como vía de salida del sector.

Cuando tuve la edad ingresé en la universidad de Almería dónde cursé la carrera de empresariales. Estando en los primeros cursos de carrera, en una tienda me encuentro con una mujer que me comenta que necesitaba a alguien en recepción en una empresa durante poco más de un mes, y sin

consultar a nadie le dije que sí. Mi madre se opuso, infructuosamente, pues no quería que me despistara de mis estudios.

Así, sin saberlo, comencé a trabajar en una multinacional francesa de industria auxiliar de la agricultura, de envases y embalado.

En este primer trabajo, mi puesto estaba en centralita. Tenía el hándicap de que me llamaban en francés, así que busqué a una profesora nativa los fines de semana para mi perfeccionamiento. Fue una experiencia magnífica, de suerte que, me permitieron también avanzar en contabilidad.

A los dos meses, finalizado mi primer contrato, me ofrecieron un contrato de media jornada en el departamento de contabilidad que acepté. Fueron tres años muy duros, un máster intensivo en contabilidad y finanzas, pero lo que aprendí, me lo he llevado el resto de mi vida.

### **¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?**

A pesar de haberme apartado del sector agro, mis amigos pertenecían a él, y constantemente departábamos sobre la necesidad de cambiar el sistema. Tanto es así, que decido reconciliarme con la agricultura, no aceptando la oferta de un contrato indefinido en la empresa en la que venía trabajando, y en 1997 empecé, con mi grupo de amigos, a montar una cooperativa, SAT Costa de Níjar.

Reunimos un grupo de agricultores con nuestras familias a quienes explicamos la idea de alquilar nave y maquinara, y empezar a envasar planificando que todos sembráramos lo mismo.

La idea iba calando pues, los agricultores estaban ya ciertamente cansados de tanta especulación.

Empezamos esta aventura 35-40 agricultores, haciéndome cargo de las finanzas y administración.

Redactamos los estatutos de constitución de la empresa estableciendo una limitación temporal al desempeño del cargo de presidente de dos legislaturas.

Tuvimos que contratar un gerente de mayor edad que nosotros para aprender de él y tener, al tiempo, mayor presencia de cara a las cadenas europeas.

Le pusimos tantas ganas y pasión que los diez años siguientes fueron una vorágine que se pasó volando.

Desde el primer momento trabajé por la igualdad unificando tareas, seguros privados, viendo ya la necesidad de una conciliación real profesional y familiar.

Así, ideamos una jornada laboral intensiva de 8:00 a 15:00 horas, cuatro días de la semana y un día de 8:00 a 20:00 horas. Pudimos hacerlo, ya en aquél entonces, factible gracias a que todas sabíamos hacer de todo y nos cubríamos unas a otras, que no era sino, la condición del consejo rector respecto a esa jornada, de manera que, estuviera todo perfectamente atendido. Fui, en definitiva pionera, pues ni siquiera las bajas por maternidad eran cubiertas por nuevos contratos en sustitución.

Fuimos creciendo llegando a contar en 2007 con más de trescientos agricultores, quinientos trabajadores, y una cifra de negocios que superaba los cincuenta millones de euros.

En este momento tocaba ya un cambio de legislatura conforme a lo establecido en los estatutos, y con eso, llegó también un cambio de dirección, dando entrada a un equipo

humano de ideas mucho más conversadoras. Sin embargo, nuestras fincas eran mucho más naturales avanzando, hasta ese momento, en la sostenibilidad, encontrándonos con una nueva dirección que creía en la agricultura convencional, lo que nos obligó a abandonar este tipo de cultivo sin poder hacer frente a los pagos de nuestras fincas, emprendiendo una andadura en solitario con una idea diferente.

En septiembre de 2008, dos familias fundamos Biosabor. Mi familia y la familia del antiguo presidente de Costa de Níjar.

Fue empezar de nuevo de cero, con las mismas ganas e ilusión, pero echando mucho de menos a mi equipo.

Nos instalamos en una nave chiquitilla ocupada por otra empresa que nos hizo un hueco con la condición de que yo llevara las finanzas de las dos empresas. He de decir que pudimos salir adelante gracias a los clientes, proveedores y entidades financieras que nos conocían de nuestra andadura anterior.

Quince años después, tenemos una plantilla de más de mil trabajadores en picos de campaña, con una cifra de negocios que alcanza los setenta millones de euros.

Lo más importante es la capacidad de acción y ese dejar hacer que me han permitido con el apoyo ciego de mis socios.

### **¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?**

No he encontrado ninguna barrera. Desde que tengo uso de razón siempre he reivindicado el derecho a la igualdad de oportunidades.

En este sentir llegué a la conclusión de que mi palanca era la formación, a lo que me

agarré con uñas y dientes, pues aun cuando no he encontrado barreras, si he sentido la necesidad de tener que demostrar más, por lo que decidí formarme en habilidades directivas y personales, en la psicología de las personas, pues me preocupaba mucho la relación con las personas y hacer equipo, creando espacios a las personas, dejando libertad de actuación para alcanzar los objetivos, bajo la premisa de la motivación, siguiendo las enseñanzas de mi abuela.

A título de ejemplo diré que, cuando detectaba un fallo del equipo, la persona responsable del mismo, pagaba las cervezas de los viernes.

Finalmente diré que, profesionalmente la maternidad es una circunstancia muy dura pues ya no dispones de todo el tiempo para trabajar, pero el colegio de mis hijas me permitió que cuadrara los horarios, y por las tardes me sentaba con ellas en una mesa grande ellas pintaban, etc., y yo trabajaba, y estudiaba a la par de ellas, lo que ha hecho que mis hijas imiten esa responsabilidad y capacidad de esfuerzo.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

Distinguiría a la mujer agricultora de la mujer profesional.

A la mujer agricultora que tienen una pasión por la planta que no tiene el hombre, y le animaría a formar parte de la vida política de la cooperativa, participando de manera activa y presentándose a formar parte del consejo rector.

A la mujer profesional, le animaría a compaginar vida familiar y empresa, dotando, las empresas de los mecanismos necesarios para hacer esta conciliación efectiva.

En definitiva, no existe una proporcionalidad, pensemos que, hay más mujeres universitarias y menos puestos directivos, y eso es debido a que somos cuidadoras por naturaleza.

### ¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?

He aportado mucho desde que con veinticuatro años dejé la multinacional, y lo he hecho desde dos pilares básicos:

1. Desde las personas, esforzándome mucho en que la piedra angular de las empresas son las personas. Así, he aportado planes de acción social que destinan el diez por ciento del beneficio neto a dar cobertura a las necesidades derivadas de situaciones vulnerables, intentando, de esta manera, sembrar la semilla de mi abuela en mi vida.

En esta misma línea, me gustaría reseñar mi aportación a la comunidad, por la vía de la colaboración y del patrocinio con más de cincuenta asociaciones como banco de alimentos, o la visita que realizamos el día de reyes a residencias de mayores, equipos de baloncesto, etc.

2. Desde la empresa, implementando una cultura de excelencia entre todos los eslabones de la cadena de valor, impulsando a que cada uno consiga superarse en el puesto que ocupa. Prueba de ello es la obtención de certificaciones de sostenibilidad o riesgos laborales.

La realidad es que nunca he mirado el que hace el de al lado, sino que, muy al contrario, he buscado la referencia mirando hacia arriba, analizando que hace la multinacional del Ibex 35, persiguiendo incansablemente el objetivo del avance y de la innovación, de ahí la creación de un canal salud en nuestra web corporativa.

Finalizaré diciendo que estoy muy orgullosa de unir agricultura y salud hasta crear un departamento de I+D+i en salud.

## SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR

### Fortalezas del sector

Sin duda las tres mil horas de luz solar al año, nuestro enclave privilegiado, la climatología que disfrutamos, y el escaso impacto medioambiental que generamos.

Pocos sectores tienen nuestra capacidad de adaptación y de supervivencia, producto de esa cultura de capacidad de antaño de nuestros abuelos y de nuestra característica resiliencia.

A todo ello le adicionamos, sin duda, la fortaleza de las personas, la tecnología y la innovación del sector.

### Debilidades. Problemas

Nuestra mayor debilidad es la falta de alianzas que nos permitan hacer palanca para fortalecer el sector. Nos queda muy lejos el ejemplo del plátano de canarias, toda vez que no hemos sido capaces de crear la marca Almería. Quizá, los egos sean el principal obstáculo, aun cuando tenemos referencias de comercialización como grupo fashion.

Otra gran debilidad es nuestra aceptación y acomodo que nos lleva a ser poco reivindicativos no siendo capaces de decir que por debajo de un precio no podemos vender porque somos empresarios, y esos precios nos hacen insostenibles.

## FUTURO DEL SECTOR

### ¿Cómo te ha afectado la transformación digital?

Soy una enamorada de la nueva tecnología y de la digitalización. Es sin duda una mejora que requiere de una adaptación.

La transformación digital en este sector es esencial, tanto, que vamos introduciéndola en nuestros invernaderos para la parametrización de las fincas.

El tema de la robotización va a ser muy positivo para este sector con costes tan elevados como los que tenemos a la fecha, pero con tareas muy efectivas.

La inteligencia artificial va a habilitar sistemas de predicción exacta por kilo de cultivo, con un año de antelación.

La digitalización va a permitir reducir el impacto medioambiental, como uno de sus grandes hitos.

### Futuro y sostenibilidad

“Sin sostenibilidad no hay futuro. Si no somos capaces de ejercer nuestra actividad sin dañar el planeta y lo dejamos, como mínimo, igual a las generaciones futuras, es que no hemos aprendido nada”.

En 2017, cuando se aprueba y promulga la agenda 2030 con los diecisiete Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), decidí crear un comité de sostenibilidad, de manera análoga al de responsabilidad social corporativa, creado, en su momento, bajo el prisma de que lo más sostenible que puede hacer la empresa, es ser

rentable para atender las nóminas de sus empleados.

En este momento comenzamos a trabajar en entender el objetivo y contenido de esa agenda 2030, que no es sino un plan de acción a favor de las personas y de la prosperidad.

Analizamos entonces desde este comité, integrado por personal y directivos, la situación de Biosabor, acordando definir un plan estratégico alineado con esta agenda, diseñando siete líneas estratégicas que son las que guían la estrategia global de la compañía.

Tuvimos que formamos muchísimo y trabajar hasta lograr ser miembros del pacto mundial de la ONU, lo que nos permitió conformar una compañía aventajada y anticipada, que se venía traduciendo en que a la entrada en vigor de cualquier novedad introducida por la política europea, nuestra empresa estuviera ya adaptada. De hecho, fui la primera en certificar Global Gap, a nivel nacional.

Es nuestro amor por la sostenibilidad, y nuestro firme convencimiento en serlo, lo que nos ha llevado a erigir la sostenibilidad como uno de nuestros grandes pilares, epicentro de nuestras actuaciones que han derivado en el desarrollo de grandes proyectos como el cultivo sostenible, pues nuestros plásticos son meros cortavientos, cien por cien reciclables.

Mención especial tiene nuestra huella hídrica, la más baja del planeta y veinte veces inferior al resto de España, cultivando en un desierto, gracias a nuestros sistemas de riego por goteo, el agua desalada y la recogida del agua de lluvia.

A ello unimos el plan de acción para la biodiversidad. Hacemos hábitat con una flora y

una fauna auxiliar que combaten las plagas de manera natural.

Punto fuerte en nuestro camino hacia la sostenibilidad, es la línea de nutrición conociendo que pasa en el cuerpo humano cuando ingiere nuestro alimento, destacando, al hablar de alimentos, que somos residuo alimentario cero.

Finalmente, resaltar la fabricación de quinta gama de envasado en cristal con un etiquetado inclusivo en braille.

Así, aportar a las personas y al planeta, esa vuelta de tuerca, es mi gran satisfacción. En definitiva, la sostenibilidad, es ganas de hacer y saber que se pueda hacer. La sostenibilidad, es educación y cultura.





**D**

*“Todo lo que se significa como aplicación práctica del conocimiento es avance”...*

# Marta Bosquet Aznar

Presidenta IFAPA

Edad: 54 años

Nivel de estudios: Licenciada en derecho

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

Abogada de profesión, en ejercicio, durante veintidós años, a lo largo de los cuales he contado, en mi cartera de clientes, con empresas varias, del sector agroalimentario almeriense.

De forma casual llego a política en el año dos mil quince, asumiendo las funciones propias, que se me encomiendan, de la presidencia de la comisión de justicia, y la vocalía de igualdad y políticas sociales. Pero, sintiéndome moralmente obligada y, con el deseo de asumir un compromiso firme con mi tierra, solicito la asunción de las funciones de portavoz del grupo parlamentario de agricultura pesca y desarrollo rural. Al no pertenecer al sector, y al sentir, por mi procedencia ese, mencionado, fuerte compromiso con el mismo, comienzo a formarme y a ponerme al día, de la mano de Andrés Góngora, haciendo extensiva, desde Almería, mi formación que debía alcanzar a toda Andalucía.

### ¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?

Me inicio como portavoz haciéndome eco de la situación y de las demandas de todo el

sector, lo mismo con Málaga o los pescadores de Barbate.

Recogida la visión del sector, llevé una moción de agricultura al Parlamento, que fue aprobada por unanimidad en todos y cada uno de los puntos, incluida una modificación presupuestaria que afectaba directamente a la agricultura ecológica, de la que precisamente se había dejado al margen a los agricultores de Almería, pero que, con su aprobación, tuvo que ser de obligado cumplimiento por el gobierno.

En la legislatura inmediatamente posterior, asumo las funciones de presidenta del parlamento andaluz, lo que no hizo que me desvinculara del sector, toda vez que continuaba siendo diputada por la provincia de Almería, por lo que sigo ligada, estrechamente, al sector, si bien es verdad, no pudiendo llevar iniciativas a la mesa, pero con una mayor relación a través de las consejerías.

En un momento posterior, recibo la llamada del Presidente del Gobierno de Andalucía, ofreciéndome la presidencia del IFAPA, cargo que desempeño desde octubre de dos mil veintidós.

Siendo el IFAPA el gran desconocido, delinear, como reto personal, el acercar el IFAPA al sector agroalimentario, como herramienta del

sector público puesta a su disposición para solucionar sus problemas.

Nuestro esfuerzo se focaliza en su promoción, celebrando reuniones con distintos representantes del sector, al objeto de involucrarlo para que tome parte directa, como actor, en la decisión de los proyectos de formación e investigación a desarrollar por el IFAPA.

Decir que, estas reuniones se hacen con carácter provincial, para atendiendo a la idiosincrasia propia de cada territorio, poder atender las necesidades particulares de cada una.

Así, en estos meses de trabajo, hemos convocado a todos los representantes del sector para informar, de manera expositiva, la labor que IFAPA desarrolla en los centros de su provincia, para lograr la transferencia del conocimiento y de la investigación al agricultor y a la empresa, como herramienta de servicio público, siendo tan interesante como esencial el feedback creado que, mi deseo es el de celebrar estas reuniones con una periodicidad anual, para dar cobertura al cumplimiento de los fines programados.

Mi principal objetivo es la consecución de una interlocución y comunicación fluida, ya que el mejor recurso de IFAPA es el capital humano de sus veintidós sedes asentadas por toda Andalucía, en las que si algo tuviera que destacar, sería, sin duda, la vocación de su personal.

### **¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?**

En ningún momento, ni cuando era portavoz de agricultura, ni como presidenta del IFAPA tampoco.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

Creo que, afortunadamente, tenemos una mayor cuota de participación y representación a nivel político e institucional. De hecho, la consejera de agricultura es mujer, la directora de innovación es mujer y la presidenta del IFAPA, también lo soy.

Si bien es cierto que, dentro del sector hay menor presencia de la mujer en el top de las cooperativas, donde hay que reforzar ese papel.

Así, tradicionalmente, el papel de la mujer en el sector, ha sido un trabajo callado, compatibilizando su tarea invisible del campo, con la esencial en el hogar.

Pero, si volvemos la vista atrás, estamos avanzando, dando pasos de presencia importantes con un reconocimiento que, con anterioridad era casi impensable, prácticamente nulo, y con un apoyo directo de la norma, como la Ley 35/2011, de 4 de octubre, sobre titularidad compartida de las explotaciones agrarias.

Así, albergo la esperanza cierta de que todo ello, contribuirá a que la mujer adquiera un reconocimiento fruto de un trabajo bien hecho, excediendo la mera cuestión de género.

En definitiva, esta mayor participación irá ligada a las mujeres que echen el pie adelante y a su reconocimiento por parte del sector. Necesitamos mujeres valientes y actitud de miras.

### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?**

Creo que la aportación es el conocimiento y el trabajo. El buscar soluciones, el presentar esa moción. Trasladar los problemas al parlamento. La mujer es más practica por la propia experiencia personal de nuestro rol de madre, profesional, el equilibrio necesario.

Me gusta llevar la practicidad a todo lo que hago. Objetivo y solución.

Por eso en el IFAPA quiero llegar a conocer todas las provincias y sus problemas para llevar la solución a cada especificidad.

## SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR

### Fortalezas del sector

Todas las del mundo, empezando por liderar las exportaciones.

Fortaleza esencial lo constituye la capacidad de haber convertido, con trabajo, esfuerzo, ingenio y ganas de innovar, una zona seca, en la huerta de Europa, de manera que podemos afirmar, de manera contrastada, que el mundo del agro en Almería se ha hecho así mismo, nueva fortaleza.

Apuntaremos también a la riqueza que reside en la intensidad del conocimiento de la tierra, en Almería, y de sus recursos tan naturales, que me obligan a destacar el logro incalculable, y la responsabilidad, en el uso eficiente del agua.

A ello ha contribuido de manera práctica y esencial, el uso de nuevas tecnologías aplicadas a la agricultura, por las que asistimos a la digitalización de un campo, y de un sector, altamente tecnificado e innovador, y de ahí su margen.

Fortaleza encontramos, también, en la investigación en el cambio climático y el control biológico en el que IFAPA fue pionero haciendo nuestra producción mucho más sostenible medioambiental, social y económicamente.

Mencionaremos, finalmente, el mejor manejo de los insumos y fertilizantes, investigando en las variedades de la producción en aras a lograr cultivos más resistentes, o el proyecto del IFAPA de mezcla de agua salada y agua subterránea, pues todo ello se traduce, en definitiva, en una mayor competitividad que nos permitirá luchar contra la competencia desleal de terceros países, en la que, no olvidemos, Europa tiene mucho que decir.

### Debilidades. Problemas

Almería tiene total potencial, baste decir que recibe visitas de muchos países para copiar nuestro modelo. Prueba de ello es que inauguré, recientemente una jornada internacional entre la universidad de Almería e IFAPA, donde la mayor presencia eran asiáticos.

Ahora bien, para ser capaces de influir a nivel político y decisorio, para materializar ese peso específico, es necesario que los políticos apoyen la agricultura almeriense, y es ahí, dónde reside nuestra mayor debilidad, y ese apoyo de nuestra agricultura, y del agricultor es esencial ante una previsión de crecimiento de la población, que debe ser acompañada por un crecimiento de una producción, en la que Almería tiene mucho que decir.

## FUTURO DEL SECTOR

### Futuro y sostenibilidad

“Sin sostenibilidad no hay futuro. Si no somos capaces de ejercer nuestra actividad sin dañar el planeta y lo dejamos, como mínimo, igual a las generaciones futuras, es que no hemos aprendido nada”.

### **¿Cómo te ha afectado la transformación digital?**

Desde el punto de vista profesional, esto es, desde la óptica del IFAPA, la afectación es total, con proyectos de digitalización y agricultura 4.0.

En la esfera personal, no va más allá de facilitar el trabajo con herramientas que lo hacen más liviano.

### **Conclusión**

Concluiré diciendo que, como almeriense, me siento tremendamente orgullosa de mi tierra, y de lo que hemos sido capaces de hacer, y como profesional, me siento igualmente orgullosa de poder contribuir a la consecución de estos retos, en el desarrollo de mis funciones en un ente como IFAPA, como herramienta para aliviar y solventar los problemas del sector.





**D**  
M

*“Nuestra identidad  
es lo que producimos”...*

# Paloma García-Galán

## San Miguel

Secretaria general técnica en Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Edad: 61 años

Nivel de estudios: Licenciada en derecho. Máster Derecho de la Unión Europea

### ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

#### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

Llego al sector, como personal de administración y servicios, en el verano de mil novecientos noventa y dos, a través del Ministerio de Agricultura, en el que permanezco desde entonces, lo que se traduce en treinta y un años de plena dedicación a la agricultura, a la pesca y a la alimentación en España.

Es la Unión Europea la que me mueve al sector, y más concretamente el despertar a la Política Agraria Común (PAC), toda vez que España se incorpora, en aquel momento, como miembro de pleno derecho a la Unión, lo que jurídicamente, abría un mundo y un horizonte totalmente nuevo. Este especial interés, me lleva a cursar dos Máster en derecho de la Unión Europea, lo que me da acceso al Ministerio como nivel veintitrés, en relaciones bilaterales con las comunidades europeas.

#### ¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?

Comencé haciendo el seguimiento normativo de las propuestas que se elevaban a la

Comisión Europea, y en el año mil novecientos noventa y seis, me ofrecen la promoción a la subdirección de legislación, siempre en el ámbito de la secretaria general técnica.

Paso, por tanto, del ámbito de las normas de la comunidad europea, a la implementación de las normas en el ámbito nacional, siempre en la esfera de la tramitación normativa, lo que me ha permitido vivir, en primera persona, la evolución del ámbito agrario y pesquero desde nuestra entrada efectiva en la Unión Europea, hasta hoy día.

He de decir que me apasionó desde el primer momento, pues encontré muy rápido, el hueco en el que quería posicionarme, con carácter de permanencia, dentro de la carrera administrativa que iniciaba.

Así, mi visión es de una larga trayectoria que me ha permitido vivir el cambio del propio Ministerio, de la legislación, y de la vida agraria. Cambio y evolución, que han ido, a compás, de la sociedad. De esta manera, y desde la perspectiva de género, he sido testigo de un avance incesante desde mi acceso al Ministerio en los años noventa, cuando había solo una subdirectora general, hasta llegar a día de hoy, en que puedo constatar que, existe una uniformidad tremenda de género, con un techo de cristal súper importante.

Ello significa que, si bien es verdad que la mujer accede a los puestos de responsabilidad, el techo al de mayor responsabilidad es muy resistente, toda vez que viene limitado por la propia mujer. De hecho, la única vez que quise concursar fue, paradójicamente, para bajar de nivel, pues el horario que acompañaba a mi puesto, me impedía la conciliación familiar. Finalmente, la cuestión se resolvió, de manera casi natural, con un horario más confortable.

Ahora, me encuentro en un momento de echar la vista atrás, en el que acaba una etapa. Me gusta pensar que estoy recogiendo todo lo que he aprendido a lo largo de estos años, porque mi carrera profesional ha sido, enormemente, vocacional.

Mi carrera profesional en el Ministerio ha sido realmente satisfactoria, pues el implicarte en la finalidad que se persigue, es lo que te permite verificar como se van superando etapas. Las políticas ministeriales, son políticas de largo alcance que van cambiando la sociedad poco a poco, lo que resulta altamente satisfactorio.

Finalmente, incidir en que, es esencial implementar el incentivo femenino de la actividad para evitar el abandono, pues dilucidamos en el horizonte, el abandono de la mujer del mundo rural, y, es precisamente, el abandono del campo de la mujer es lo que derivará en que, a la larga, se pierda la actividad agraria.

### **¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?**

En absoluto. Muy al contrario, no sólo me han apoyado, sino que considero que todas las dificultades que hemos tenido que afrontar

en los últimos diez años en el funcionariado, tienen como único origen, el impedimento propio de la mujer, por sus responsabilidades familiares de padres e hijos.

En mi esfera personal, le pedí a mi marido que se acogiera a una baja paternal para que se implicara en la vida familiar, pero en aquel entonces, no sólo me desincentivaron a mí, sino a mi marido también.

Es necesario operar un cambio de mentalidad en la mujer, pues no es real la existencia de un freno o de una menor oportunidad. Prueba de ello es la transición interna del Ministerio que ha pasado de ser un colectivo muy masculinizado de veterinarios y agrónomos, a que en las últimas promociones sea mayor el número de mujeres que de hombres.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

Una clave fundamental es reconocerse a sí misma, como impulsora y protagonista de su vida, y no como espectadora, reclamando para sí el lugar que le corresponde, siendo consciente de que eso lleva una carga muy pesada, porque al responsabilizarnos de una tarea, asumimos los riesgos para la misma.

Es necesario que la mujer se afiance en sí misma, pues no tiene en las generaciones anteriores, precedente del que partir.

### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?**

He aportado una visión mucho más generosa porque las mujeres tenemos la posibilidad de traslación de la situación del otro. Una visión

más generosa de la implicación social, más comprometida, puesto que la mujer tiene una sensibilidad y una especial visión que hace que humanicemos el trabajo.

Técnicamente, he contribuido a la elaboración de normas. He armado jurídicamente la elaboración de normas para conseguir resultados, trabajando en equipo, y consciente de que nuestros clientes son las unidades que tienen que sacar adelante los proyectos. Pero siempre, desde una visión muy modesta de lo que representa, porque las cosas sólo funcionan, si trabajamos en equipo y no en resultados, porque los resultados pertenecen a todos.

Mi aportación es un trabajo muy poco posible, pues es instrumentar la malla que hace que las cosas se hagan posibles.

Soy parte del engranaje que pone en funcionamiento un marco jurídico que haga realidad los proyectos, y ese es mi orgullo.

Siempre me planteo cual es el valor añadido que he aportado día a día, porque el día que dejas de aportar, todo deja de tener sentido.

Puedo afirmar que, sigo aportando cosas a los jóvenes que vienen.

## SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR

### Fortalezas del sector

Las fortalezas han quedado, indudablemente, constatadas en la pandemia, consolidando a este sector, como sector clave,

para asegurar el recurso fundamental y más básico que tenemos, que no es otro que el de la alimentación.

Tradicionalmente estudiamos los sectores de la economía como de menor a mayor, es decir, primario, secundario y terciario, pero lo vivido, nos debería llevar a hacer una nueva reflexión.

En los países del tercer mundo la seguridad alimentaria es comer día a día, mientras que en los países desarrollados lo es la sostenibilidad.

Quizá, la mayor fortaleza del sector es el garantizar alimentos sanos, seguros y sostenibles.

Es un sector en expansión, y la balanza comercial en España la impulsa, precisamente, este sector.

Junto a ello, no podemos olvidar que es la cultura del país, y que nuestra identidad es lo que producimos.

La fuerza y la importancia económica del sector va anudada con la social.

Nuestra mayor fortaleza debe ser nuestro gran reto del siglo XXI, cual es el ser sostenibles ambientalmente, dejando a las generaciones futuras preservadas, salvando los cada vez más elevados costes, generando riqueza y valor.

### Debilidades. Problemas

La mayor debilidad del sector es la gran dificultad de, en un mundo interconectando, sin barreras arancelarias, defender un producto con elevados costes.

Debilidades encontramos también en la necesidad de desenvolverse en un medio realmente hostil. En un medio rural cada vez más despoblado, lo que dificulta la actividad económica.

No podemos olvidar que, el medio agrario es un desincentivo socialmente, toda vez que es complejo mantener servicios sociales en determinadas localizaciones con una población muy envejecida.

Es necesario, esencial, repoblar las zonas.

Otro gran hándicap, es la gran concentración de los últimos eslabones y la tremenda dispersión de los más elevados. No hay una estructura acorde. El precio es fijado por el último eslabón de la cadena, lo que lleva, inevitablemente, a una retribución desproporcionada del primero, lo que se está intentando ajustar a través de políticas, véase, la ley de la cadena alimentaria.

Es necesario mitigar la ausencia de lobby y de unidad, aglutinando al sector en torno a cooperativas y asociaciones agroalimentarias, de manera que, el sector se organice y pueda negociar los precios. Es necesario, dar solución a un problema estructural.

Apuntar, finalmente, al despoblamiento y el anclaje de la persona a la tierra.

**¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tienes fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios para marcar tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisivo a nivel internacional?**

Muchísimo. Cuando España se incorpora a la Unión Europea, lo hace con una gran

desventaja por los productos que se primaban, ya que era una producción continental.

Además, España se ve obligada a afrontar unos períodos transitorios larguísimo, con una producción hortofrutícola. Pero salvado este período, y, en la actualidad, la política de la PAC, presta el apoyo que necesita este sector. Somos una potencia agroalimentaria y pesquera. Lo bueno y malo de estar en la Unión Europea, es que los intereses se debaten entre todos. Somos primera potencia pesquera y con una posición importantísima en el resto.

## FUTURO DEL SECTOR

### Futuro y sostenibilidad

No hay futuro sin sostenibilidad. Hemos de cumplir con la ya conocida ESG y ser sostenibles económico, social y ambientalmente. Es una exigencia que ha llegado para quedarse. Nada es sostenible si no es rentable. Nada es sostenible si implica una degradación. No hay sostenibilidad sino hay una sociedad más justa, que entiendo como remuneración justa de todos los eslabones.

Esa sostenibilidad es una prioridad y debe acometerse con un mayor ahorro de recursos, siguiendo el camino guiado por otros países como Italia con el aceite de oliva.

Es necesaria la implicación de todos los eslabones.

El futuro es prometedor. España es el país más rico del mundo.

**¿Cómo te ha afectado la transformación digital?**

Totalmente. El mundo digital es una gran revolución, logrando que lo que antes hacían veinte personas ahora lo haga una.

Los medios tecnológicos nos han permitido desarrollar nuestras capacidades y ser mucho más eficientes.

En la esfera estricta del sector agroalimentario, las nuevas tecnologías han hecho posible la obtención de una información

mucho más pormenorizada y sus posibilidades se han incrementado exponencialmente.

La transformación digital, es una revolución radical de mundo agrario.

Es esencial que las nuevas tecnologías contribuyan a trasferencia del conocimiento, porque es la única vía de consecución de un enriquecimiento de todo el mundo.



**D**  
M

*“El sector debe ser,  
necesariamente, más lobby” ...*

# Clara Eugenia Aguilera García

Vicepresidenta de la Comisión de Agricultura y Desarrollo Rural de la Unión Europea

Edad: 59 años

Nivel de estudios: Licenciada en derecho

—

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

**¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?**

Llego al sector en el año mil novecientos noventa, treinta y tres años atrás. Acababa de terminar la carrera de derecho y ya había estado trabajando en UGT, como primer contrato “Andalucía joven”, un contrato de seis meses de duración, que facilitaba la entrada de los jóvenes al mundo laboral.

En aquel momento, mi intención era la de preparar oposiciones a través de la delegación de cultura, pero me ofrecieron la posibilidad, a través de un amigo, de trabajar en una oficina de cooperativas agrarias, de nueva creación, en Granada. Así, en marzo de mil novecientos noventa, me postulo al puesto y gano la vacante.

Empecé mi trabajo en Roquetas de Mar pues, realmente, surge en el entorno de cooperativas y empresas de Almería, que es dónde aprendo, inicialmente, el funcionamiento del sector hortofrutícola. La idea era que en sus inicios conformáramos el equipo de FECOAGA (Federación de Cooperativas de Agricultores y Ganaderos de Andalucía),

tres personas en Granada. A los meses de incorporarme me nombraron gerente de la oficina en Granada, teniendo como labor principal la de la organización de la sede, para que lo fui estableciendo y extendiendo mis contactos con el sector granadino, logrando poco a poco su afiliación.

Para su consecución, tuve que realizar un gran esfuerzo para reinventarme, trabajando mucho, y estudiando mucha normativa, en un sector bastante masculino.

**¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?**

Es un proceso realmente interesante ya que la carencia de antecedentes personales directos, relacionados con el sector, me obligaron a hacer un gran esfuerzo, que no fue otro que, estudiar para llegar a entenderlo.

Empiezo a conocer un sector en el que la mujer no era lo habitual. Reunirse con ochenta hombres, generaba mucha desconfianza en ellos, lo que se tradujo, para mí, en un proceso de aprendizaje y crecimiento personal en el que tenían que, no sólo tenían que admitir el papel de la mujer técnicamente, sino que además tenían que agruparse bajo mi paraguas, para defender sus intereses.

Si bien fue un proceso no exento de complejidad, lo tomé, desde el primer momento, como un reto personal muy importante.

Se extendió esta idea de cooperativismo a toda Andalucía por lo que fuimos desarrollando el trabajo encomendado, evolucionando hasta construir y consolidar una estructura de organización muy importante.

Existían otras organizaciones de este tipo en el aceite de oliva, pero nada relacionado con el sector hortofrutícola y no encajaba la estructura organizativa que procedía de las uniones territoriales cooperativas, pues creían que se entendían como un modelo cooperativo antiguo y desfasado en el que se debían operar cambios importantes, lo que deriva en el surgimiento de este modelo.

Así, comenzó a partir de ese momento un proceso de integración de las dos organizaciones, la del aceite y el hortofrutícola que se formaliza con un proceso de fusión de ambas organizaciones en el año noventa y cinco, año en el que me nombran en Granada gerente de la unificación de FECOAGA y FACA, de las que nace FAECA, denominación que se mantiene hasta hace dos años, cuando se unifican todos los nombres a nivel nacional.

En ese mismo año, esto es, en el noventa y cinco da comienzo mi actividad política en las listas del Ayuntamiento de Granada como concejal, pero sin muchas ganas.

De hecho entré para dar cobertura a una vacante, manteniéndome en la oposición del año noventa y seis al noventa y nueve, pero no en exclusividad, sino compatibilizando mi actividad política con la profesional.

En el dos mil, me ofrecen formar parte de las listas del parlamento de Andalucía. Duran-

te la primera legislatura mantengo la compatibilidad, pero y en el año dos mil dos, dejo la federación de cooperativas pues la dedicación requerida era incompatible con la compatibilidad, hasta entonces mantenida. Pido, por tanto, una comisión de servicio cuando ya era portavoz de agricultura y pesca en el parlamento andaluz, actividad que desarrollo hasta el dos mil cuatro.

Me vuelvo a presentar en las elecciones de dos mil ocho, y ahí fui miembro del gobierno como diputada y secretaria de relaciones con el parlamento, en la consejería de presidencia.

Un año más tarde, esto es, en el dos mil nueve, me nombran consejera de agricultura y pesca de la Junta de Andalucía, cargo que desempeño hasta dos mil doce.

En ese mismo año, se celebran nuevas elecciones y me presento por cuarta vez, cuando mi deseo era el de no volverme a presentar, pero tuve que aceptar por una incompatibilidad de dos años, ya que mi idea era, en dos mil catorce, volver a la federación de cooperativas.

Mi pretensión era la de finalizar mi etapa en el Parlamento de Andalucía, pero son las elecciones europeas y en ese momento Susana Díaz, me propone ir en las listas al Parlamento Europeo en el cupo de Andalucía.

Acepte la oferta europea ya que es en el único lugar donde hay una competencia exclusiva en el desarrollo de las competencias agrícolas y pesqueras, que era mi trabajo, mi especialidad y mi devoción. De hecho, me ofrecieron el paso del Parlamento al Congreso, pero no lo acepté.

Era consciente de lo difícil que era que saliera, pero sorprendentemente salí en el puesto número once.

Así, inicio mi etapa europea en el dos mil catorce, desarrollando mi actividad en la comisión de agricultura y pesca, dentro de los socialistas españoles, manteniéndome hasta la fecha como coordinadora europea de los socialistas en al como de agricultura y desarrollo rural, y miembro de las comisiones de pesca y acuicultura, mercado interior y consumidores.

A nivel político, es de lo más apasionante estar desarrollando leyes, reglamentos y directiva, tomando decisiones en Bruselas.

### **¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?**

He encontrado barreras que se presentaban de una manera casi natural cuando esos hombres agricultores y ganaderos asistían a una reunión y el encontrar a una mujer joven al frente, les generaba, automáticamente, una desconfianza natural. “A ver esta niña q nos va a resolver”, pensaban..., pero es una cuestión de tiempo en el que tienes que demostrar, circunstancia que a mí lejos de achicarme, me hizo más grande.

La realidad es que eres útil y vas haciéndote un espacio poco a poco, y todos tus compañeros de trabajo, que son todo hombres, tenían que ir admitiendo tu capacidad. Así, esta circunstancia era para mí un plus. Es todo un proceso. Todo ha derivado en un respeto grande que me ha ayudado a descubrir lo escasamente valorado que está, socialmente, el agricultor. He aprendido a admirar y a respetar el trabajo del agricultor y del pescador.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

Tiene mucho que ver la idiosincrasia propia del sector. Hay una reticencia de las mujeres a ir integrándose en el cuerpo directivo de las cooperativas porque no se le facilita el camino, ejemplo ilustrativo lo encontramos en la incompatibilidad horaria, pues no hay por qué tener una reunión a las 21.00 horas.

Es un mundo de hombres, suelto de horarios y de responsabilidades familiares que ha generado un hábito masculino peculiar.

Es la propia organización la que tiene que facilitar ese acceso. Así, la federación de cooperativas siguen muy masculinizados en sus consejos rectores, circunstancia que no se da en la base técnica en la que la presencia femenina es latente.

De hecho en FAECA (cooperativas agroalimentarias de Andalucía), no hay ninguna mujer en el consejo rector tras las elecciones celebradas este mes de junio en Sevilla.

### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura almeriense?**

Abrir un poco esa mirada a la parte mujer, en un ámbito que en los años noventa era muy complejo.

Aporté la importancia de la unificación y la importancia de trabajar conjuntamente para la defensa de unos intereses comunes, crucial en este sector.

He contribuido, sin duda, a la defensa del modelo de la economía social a través de las cooperativas.

## SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR

### Fortalezas del sector

La primera gran fortaleza es la modernización que, con carácter general, ha experimentado el sector.

Además, es un sector productor muy eficiente con gran capacidad exportadora.

La apuesta por la investigación de nuevos productos, la gran internacionalización y la concentración de la oferta, pues requiere de disponer de estructuras potentes.

### Debilidades. Problemas

#### ¿Qué cambiarías tu del modelo actual?

La falta de concentración y de unificación. El sector debe ser, necesariamente, más lobby, de manera que le permita una mayor presencia en instituciones como Bruselas, para poder combatir los ataques comerciales.

Hay que trabajar la comercialización, pero esencial también, trabajar la imagen. Es vital acometer campañas para que la gente conozca cómo trabaja Almería.

**¿Consideras que la agricultura almeriense, siendo potencia a nivel mundial como es, tienes fuerza suficiente para afectar a los mercados, los precios para marcar**

**tendencia en la producción y para influir a nivel político y decisorio a nivel internacional?**

Muchísimo. Cuando España se incorpora a la Unión Europea, lo hace con una gran desventaja por los productos que se primaban, ya que era una producción continental.

Además, España se ve obligada a afrontar unos períodos transitorios larguísimos, con una producción hortofrutícola. Pero salvado este período, y, en la actualidad, la política de la PAC, presta el apoyo que necesita este sector. Somos una potencia agroalimentaria y pesquera. Lo bueno y malo de estar en la Unión Europea, es que los intereses se debaten entre todos. Somos primera potencia pesquera y con una posición importantísima en el resto.

## FUTURO DEL SECTOR

### Futuro y sostenibilidad

El futuro va ligado a la sostenibilidad en tres líneas, económica, social, y medioambiental. Es necesario encontrar el equilibrio, teniendo como prioritario el cambio climático, en el que nadie quede atrás, para que los sectores puedan avanzar.

Respecto a la económica, dicen los agricultores que “no hay economía verde en números rojos”, pues si no consigo una rentabilidad en mi explotación, no puedo trabajar por el medioambiente.

**¿Cómo te ha afectado la transformación digital?**

Siempre me ha gustado mucho la tecnología, me he ido formando digitalmente, y me he ido incorporando a las redes sociales Linkledin, Facebook e Instagram, para informar de mi trabajo. La he asumido como un avance importantísimo que requiere

de un uso equilibrado para que no te absorba. La inteligencia artificial, abre un mundo fascinante.

Concluiré diciendo que, sin duda alguna, la agricultura ha marcado mi vida.



**D**<sub>M</sub>

*“Es el único sector capaz de solucionar el complejo problema del cambio climático”...*

# Ismahane Elouafi

Chief-scientist Food and Agriculture Organization (FAO) of the United Nations

Edad: 52 años

Nivel de estudios: Doctora en genética

—

## ACCESO AL SECTOR Y EVOLUCIÓN

### ¿En qué año y cómo llegas al sector agroalimentario?

Llego al sector agroalimentario por casualidad, pues la realidad es que me encontraba cursando mis estudios en el High School Military, pues mi vocación era la de ser piloto militar. De manera casi repentina, cierran el programa, por lo que finaliza, en ese momento, esa etapa antes de comenzar. Me veo, por tanto, obligada a chequear las posibilidades que tengo de continuar mis estudios, encontrando que, por las fechas, todas las pruebas de acceso a las distintas carreras están cerradas, salvo la de agronomía, por lo que es en ella en la que me matriculo, y es así como se produce mi llega casual, pero por destino, a este sector.

### ¿Cuál ha sido tu progreso profesional dentro del sector?

Mi progreso profesional dentro del sector es, ciertamente dilatado, por las experiencias vividas en Marrakech, España, Siria, Japón, Canadá y Dubai, que me han llevado a amar mi carrera, y la diversidad emanada de las distintas culturas y lenguas que me han llevado a aprender y compartir.

Mi primer trabajo lo desarrollo de la mano de la profesora con la que hice la maestría de cultura celular, tras el que decido trasladarme a Marrakech, durante un período de seis meses, para vivir in situ, el manejo práctico de la teoría aprendida en mis estudios, trabajando, durante ese corto, pero suficiente, espacio de tiempo, en el manejo de una hacienda de naranjas y olivos, entendiendo así, la práctica de la agricultura.

Tras este período, regreso a Siria para cursar mi doctorado en un centro internacional de investigación, para un proyecto financiado por Australia, sobre trigo duro, investigando en la temática de su calidad. Pero se da la circunstancia que el proyecto australiano dispone de escaso presupuesto para sufragar mi traslado de Siria a Australia, por lo que decidimos, en ese momento, mi traslado a Europa. Se me plantean dos posibilidades, Italia y España, decantándome, finalmente por la universidad de Córdoba, pues aunaba, el que dispusiera de un buen departamento de mejora genética, con mi deseo de vivir en España, aprender español, y visitar Córdoba, Sevilla y Granada, ya que mi familia es originaria de esta última, datada en 1.946.

Cursando el doctorado, realizo estancias cortas de unos dos meses, aproximados de

duración en Siria, México, América, Canadá e Italia, aprendiendo nuevas tecnologías de aplicación en la mejora genética.

Finalizo el doctorado, y asisto a unas conferencias en las que coincido con unas mujeres japonesas que investigan la misma temática de calidad en trigo duro y calidad en genes de cereales, ofreciéndome una oportunidad de traslado a Japón, que materializo al mes de finalizar mi doctorado, donde resido durante un año y tres meses.

Residiendo en Japón, me surge la oportunidad de regresar a Siria y trabajar como investigadora junior, asociada, junto a mi profesor original, durante un período de dos años.

En ese momento, decido trasladarme a Canadá, una de mis estancias de mayor duración, pues resido allí durante ochos años, de dos mil cuatro a dos mil doce, durante los que trabajo tanto en el Ministerio de Agricultura, como en la esfera privada.

Es residiendo en Canadá cuando decido en dos mil siete abandonar la investigación en primera persona, para cursar la carrera de science management, momento a partir del cual, me dedico a la dirección y administración, es decir, a la gestión de la actividad realizada por los investigadores.

En el año dos mil doce, me contacta un headhunter para el puesto vacante de dirección general de un centro de investigación en Dubai, puesto que acepto y mantengo hasta el año dos mil veinte.

Después de nueve años, decido cambiar, momento en el que se publicita la plaza, por oposición, de científica jefe en la FAO, plaza

que gana, y en la que desempeño mis funciones a la fecha.

### **¿Has encontrado barreras dentro del sector por ser mujer?**

Indudablemente he encontrado barreras por el hecho de que mi rol de mujer se traduce en una inicial falta de confianza, que me ha llevado a sentir que siempre estoy a prueba, y en esa necesidad permanente de tener que demostrar.

### **¿Qué ayudaría a que las mujeres tuvieran una mayor participación dentro del sector?**

Si queremos que las cosas cambien, de una manera efectiva, debemos otorgar, irremediablemente, un mayor espacio a las mujeres, y comprender que hombre y mujer somos, metafóricamente, como las alas de un pájaro que no puede volar con un solo ala, sino que necesita las dos, por lo que hemos de buscar, incesantemente, la igualdad y el equilibrio, la oportunidad, y no el género.

### **¿Qué crees que ha aportado tu rol de mujer a la agricultura?**

Entender mejor como trabaja la mujer en la agricultura, compartiendo la riqueza de hablar cuatro lenguas, residir en distintos países, trasladando la belleza de la diversidad.

## **SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR**

### **Fortalezas del sector**

La mayor fortaleza la constituye el que la agricultura es una actividad plenamente

transversal que afecta de principio a fin a nuestra vida, no siendo factible vivir a su margen, toda vez que propicia el sustento de la vida, afectando a toda la población mundial, a través del alimento, amén de los miles de millones de personas que la trabajan, directa e indirectamente, a lo largo del mundo.

Además, no podemos olvidar la fortaleza que reside en el hecho de que el sector agroalimentario, sea el único sector capaz de solucionar el complejo problema del cambio climático, toda vez que es el único sector capaz de recoger y gestionar el dióxido de carbono, a través de la planta y la tierra.

## Debilidades. Problemas

El sector agroalimentario es un sector que no está bien organizado, en contraste con otros sectores como el energético. Esta falta de organización deriva en la incapacidad real de transmitir las verdaderas capacidades y bondades del sector.

Es necesario focalizar esfuerzos en la transmisión de una imagen adecuada y real de lo que es el sector agroalimentario que lleve a superar el concepto que la sociedad en general tiene del mismo, minusvalorando lo que representa, toda vez que somos capaces de no reparar en gastos en la adquisición de un Smartphone, cuestionando de manera permanente, el precio de frutas y verduras, base de la alimentación, la salud, el bienestar, la sostenibilidad, y la subsistencia.

## FUTURO DEL SECTOR

### Futuro y sostenibilidad

La clave para “garantizar” una sostenibilidad “real, adecuada”, está en la recogida de datos, en la experimentación de productos alternativos, que permita contrastar y confirmar que esos productos, que van penetrando en el mercado, adquiriendo una mayor cuota son, realmente sostenibles, mantenidos en el tiempo.

¿Es realmente más sostenible la leche de almendra, que la leche de vaca? ¿Es más sostenible un automóvil eléctrico que de gasolina? ¿No intervienen otros intereses superiores en la adopción de determinadas decisiones?.

Esencial es, también, reflexionar sobre el coste de la sostenibilidad, propiciando que lo sostenible resulte asequible para la población, no quedando relegado al reducto marcado a partir de mínimos niveles de renta.

La clave de la sostenibilidad llevaría, por tanto, a la secuencia, ciencia, datos, decisores políticos y sociedad en general.

### ¿Cómo te ha afectado la transformación digital?

La transformación digital es una oportunidad para mejorar el balance holístico a nivel social.

La transformación digital encarna el avance que lleva a producir más con menos.



# Reflexiones

---

Anticipada mi imposibilidad para concluir nada, me dispongo a reflexionar en voz alta, a compartir lo vivido, lo aprendido, y lo sentido en estas treinta y tres entrevistas personales, llenas de generosidad, de sabiduría, de coherencia, de experiencia, y de frustraciones tempranas, convertidas, sin embargo, en verdaderos logros en el camino vivo del aprendizaje. Entrevistas llenas de valor y de valores. Entrevistas plenas de un amor sincero, de un, literal, amor a flor de piel por la familia, por la tierra y por una dignísima profesión, artífice de toda la cadena de producción, y de valor.

Entrevistas en las que hemos repasado, a través de una docena de idénticas preguntas, el pasado, presente y futuro de una actividad “milagrosa”, comúnmente interiorizada como primaria.

Suma de entrevistas que me derivan a la consecución de una perspectiva holística del sector agroalimentario, conformada a través del análisis que, de toda la cadena de producción, realizan las mujeres entrevistadas, desde el puesto y el rol que ocupan, y que paso a reflexionar.

Reflexiones, estructuradas en tres grandes bloques. Pasado, presente y futuro del proceso agroalimentario.

Proceso, que se inicia con la semilla, entrevistando a la agricultora, hasta llegar a Naciones

Unidas, entrevistando a su científica jefe, dónde, precisamente unidas, todo vuelve a comenzar, intentando articular un mecanismo universal que garantice el alimento, y por tanto la vida, cosecha tras cosecha, campaña tras campaña, pero sin posibilidad alguna de que, ninguna campaña vuelva a ser como la anterior, pues es esta, una profesión de alto riesgo, no conceptuada, ni remunerada como tal.

Alto riesgo, que emana de la certeza de la incertidumbre diaria que afronta un agricultor, que depende directamente de unos elementos naturales, que le llevan a mirar al cielo cada día, intentando adivinar e incluso anticipar su futuro.

Un futuro, que pese a su esfuerzo, a su carácter innovador, a su capacidad de adaptación, y a su resiliencia se le escapa, descansando en decisiones geopolíticas y estrategias comerciales internacionales, en búsqueda del nuevo equilibrio global, pero ajenas, a la tierra, al agua, al viento y al sol.

## La grandeza de la humildad

A la primera de mis conclusiones llego antes de adentrarme en el cuerpo central de este trabajo y comenzar a hacer las entrevistas. Llego con el primer contacto que hago con cada una de las entrevistadas, en el que me

presento, les expongo mi idea de trabajo, y les invito a prestarme su colaboración.

Es en ese momento, cuando todas y cada una de ellas, me transmiten, sin excepción, su escepticismo acerca de su propia capacidad y de su aportación, haciendo todas ellas uso de expresiones análogas, del estilo de, “no sé si seré capaz de cubrir tus expectativas” o esa cuestión disyuntiva de “¿cómo cuentas conmigo con el nivel de mujeres a las que vas a entrevistar?”.

Por tanto, la primera de las conclusiones es que la mujer del sector, con independencia, del eslabón que ocupe en la cadena del modelo, tiene una total falta de confianza en sí misma. Esa misma confianza a la que, precisamente, ella alude como requisito sine qua non para lograr una mayor participación de la mujer en el sector. Falta de confianza que, una vez realizadas las entrevistas y, al redactar las conclusiones, habiendo ahondado previamente en su propia experiencia personal, me deriva a un fuerte contraste con su realidad, pues si en todas ellas he encontrado un denominador común, es su fortaleza, quizá por esa necesidad de crecimiento personal que suscita el requisito indispensable, por razón de género, de tener que hacerse valer, de tener que demostrar permanentemente su capacidad meritoria de innumerables logros. Esa fuerza que subyace del permanente esfuerzo de trabajar como mujer en casa y como hombre en este sector, porque tal y como apuntan, es un sector en el que la debilidad no es bien recibida, por la extraordinaria capacidad de resiliencia que del mismo emana, tan en boga, pero que tan bien lo caracteriza.

A esa presumible falta de confianza hemos de unir la propia limitación impuesta por su condición de mujer. Pero no puedo hablar de

limitación externa, de limitación dada o de limitación impuesta, sino de autolimitación, que le lleva a tener un freno añadido a su desarrollo profesional por razones obvias de género, aun socialmente no superadas y del que ellas entonan un incisivo mea culpa. Como se verá posteriormente aún en este contexto, cada una de ellas tiene una vida profesional lograda indiscutiblemente. Esta cuestión sigue siendo su mayor lastre si pensamos la imposibilidad práctica de aplicar el principio de igualdad en el sector del manipulado.

Por tanto, la primera reflexión lleva a destacar la fuerza, la constancia, el esfuerzo, el rigor y la superación de la mujer en el sector agroalimentario con carácter general, y en el modelo hortícola almeriense de manera particular, pero también la considerable andadura a recorrer para poder dotar al modelo de la tan necesaria visibilidad de una mujer que ya participa y está presente en el sector, venciendo un enfoque reduccionista, que nos limita y circunscribe profesionalmente, superando esa tendencia a pensar en todo lo que no tenemos, olvidando lo que sí tenemos y podemos aportar, así como de poner en valor nuestra capacidad de crecimiento.

Es, en definitiva, esencial que se produzca un trasvase generacional para que se consolide ese cambio de concepción y de cultura, que será el verdadero impulsor de esa demandada visibilidad de la mujer en el modelo, cuyo acceso vendrá, indudablemente, por la vía natural de la formación en su doble vertiente, académica y de valores, amén del impulso que encarna el esfuerzo empresarial con tres acciones de base, esto es, conciliación, campañas internas de sensibilización y promoción interna, siendo esta última la materialización efectiva de la igualdad de género.

Esfuerzo corporativo respecto del que sería deseable lograr incorporar una adecuada visión empresarial de la mujer “madre”, entendiendo este como el recurso corporativo de mayor valor, toda vez que la mujer madre, incorpora de manera connatural el ser directora, coordinadora, economista, mediadora, psicóloga, coach, quien elabora y ejecuta un presupuesto con una adecuada contención del gasto y desviación cero, motivando, la empresa, a que esa mujer madre, desarrolle esas mismas dotes en el entorno corporativo, lo que llevará, sin duda, a un crecimiento unísono de la persona y la empresa.

Pero, todo ello, sin olvidar que no ha de descansar todo el esfuerzo sobre la iniciativa privada, sino que es la Administración Pública la que debiera acompasar el esfuerzo exigido a la esfera privada, vía normativa, facilitando no sólo la norma habilitante sino la herramienta para su adecuado cumplimiento, evitando cualquier réplica de lo ocurrido con la Ley 35/2011, de 4 de octubre sobre titularidad compartida de las explotaciones agrarias, al objeto y finalidad de promover y favorecer la igualdad real y efectiva de las mujeres en el medio rural, a través del reconocimiento jurídico y económico de su participación en la actividad agraria.

Pero la realidad es que, siendo este un objeto ciertamente loable y del todo necesario, la Ley establece como requisito sin equa non, la creación de un registro administrativo competente de cada comunidad autónoma, sucediendo que, en Andalucía ese registro no se crea hasta el año dos mil dieciocho (Decreto 190/2018, de 9 de octubre), es decir, siete años a contar desde la promulgación de la Ley, que se traduce en la existencia, a uno de junio de dos mil veintidós, de un número de inscripciones que asciende a tan sólo treinta y seis inscripciones, con el coste de oportunidad que para la mujer supone.

Una mujer que engalana el título de esta, primera de mis reflexiones, la grandeza de la humildad.

## **El lobby familiar en un desierto fértil**

La familia es referenciada, en todas y cada una de las entrevistas, como la mayor virtud, pero paradójicamente, al tiempo, como la mayor debilidad del modelo hortícola almeriense. La mayor virtud, pues la concepción de la familia imprime al modelo los valores propios que de la misma emanan. Valores de esfuerzo, de valentía, de superación, de ingenio, de responsabilidad, de dedicación, de entrega, de amor extensivo a la tierra, y de trabajo incondicional.

Pero es al tiempo su mayor debilidad por que ahonda en la unipersonalidad del modelo, totalmente opuesta a la necesaria unión del sector, cuestión esta, a la que aluden, de manera incisiva, todas y cada una de las mujeres entrevistadas.

Esta unipersonalidad lleva a limitar la capacidad del modelo y, por ende, del sector, para lograr la fuerza y la unión necesaria para poder afrontar el futuro del sector, para poder salvar cuestiones y ancestrales caballos de batalla como el de la garantía del agricultor por la vía del precio, así como para alcanzar la fuerza necesaria, no ya en los organismos e instituciones internacionales, sino, previamente, en los de esfera nacional e incluso local. Porque tal y como destacaba en páginas anteriores, quizá nuestra mayor debilidad sea el que “no somos ni de España, ni de Almería, somos del Levante o del Poniente o de una u otra cooperativa”.

El sector está inmerso en una situación en la que, si se me permite el uso de una expresión

coloquial, el árbol le impide el ver el bosque. Algo que resulta increíble si echamos la vista atrás recordando como hace cincuenta años éramos una zona deprimida que, con mucho trabajo y sin ninguna aversión al riesgo, hemos transmutado para ser hoy, indiscutiblemente, motor económico y social en el extremo sur de Europa. Sin duda, la innovación, el trabajo y el compromiso por hacer las cosas bien, no han generado el endemismo de fortaleza y de visión, para amplificar aún más un punto de partida que es envidiable en el resto del mundo.

El modelo y el sector están tan excesivamente concentrados en determinadas cuestiones tan a corto plazo, que están olvidando y obviando cuestiones esenciales para dotarlo de los recursos necesarios para alcanzar la diferenciación requerida, que nos permita salvar la competencia interior y exterior, no debiendo olvidar que el presente ya es pasado y que el futuro es hoy, para poder llegar a tiempo.

Por eso es esencial que el ingenio, el esfuerzo y la superación de la familia permitan al sector abrirse y comprender que en la unión del conocimiento y la experiencia demostrada, está la fuerza. Que sólo a través de la unión podemos ser competencia, tomando conciencia y consciencia de que la competencia no es interna, sino externa. Si no somos capaces de salvar las fronteras internas autoimpuestas en el modelo, por los propios actores del sector en nuestra provincia, no seremos capaces de colocar el producto y su industria auxiliar, ni en el lugar, ni en las condiciones que se merece, por más que diversifiquemos, por mayor calidad que ofrezca el producto, por mayor que sea su productividad y la rentabilidad que seamos capaces de obtener y por más tecnología en cuyo desarrollo seamos capaces de invertir. Esta unión, sólo puede venir de la mano de

un auténtico liderazgo común que ilumine y guíe a este sector sin sector. Un verdadero gestor, un estratega que profesionalice el sector y rentabilice el profundo esfuerzo que desde antaño viene haciendo, sin obviar dos cuestiones de base: la cultura del campo y, aun cuando resultara una obviedad, que estamos en Almería, ese espíritu de Almería, esa filosofía almeriense, ese *modus operandi* que, magistralmente, ilustraba Juan Goytisolo cuando decía aquello de “con el sol y un poquito de ná, se las arregla usted y va tirando”, porque esa es, precisamente, la esencia de nuestra historia, una historia marcada por la autosuficiencia, la falta de apoyo, la superación y la resiliencia. Una trayectoria de Almería que, históricamente, se perfila, a diferencia de lo acostumbrado en otros sectores, y en otras provincias, a realizar una contribución máxima, pero sin una dotación administrativa previa. De ahí la necesidad de un liderazgo adecuado, que logre algo tan extraordinariamente sencillo, y justo como poner en VALOR el espíritu que impregna nuestro producto, como esencia de conocimiento, cuidado e innovación.

Un gestor que sea capaz de invertir tendencias y falsas creencias de afectación directa, que no son sino mala prensa con fines exclusivamente comerciales, que se perfilan, en pureza, como ataques comerciales maquillados, con origen “casual” en otros países, competidores directos, en épocas “casuales” de campaña, o la concepción errónea, como antítesis vital de lo natural, de lo sostenible y de lo ecológico, del más que controvertido plástico.

Así, cuando hablamos del plástico, curiosamente nos encontramos con posturas contrapuestas, en función de si nos relacionamos externamente con el modelo, o por el contrario somos actores integrantes del mismo.

He de decir, que las bonanzas de tal demonizado plástico ha sido uno de mis grandes descubrimientos y que, me llevarán a la conclusión final, en líneas posteriores, de este trabajo.

Cuando hablamos del plástico desde el exterior, lo referenciamos como una de las debilidades del modelo. Cuestión que comparto en cuanto a su falta de reciclaje y tratamiento posterior; línea de investigación. Es esta cuestión compartida por todas y de hecho, ha sido enunciada por todas ellas como tarea pendiente en el logro del desarrollo sostenible.

Es necesaria una mayor concienciación de la necesidad de reciclaje por parte del agricultor para evitar que sigamos leyendo titulares de quemas “fortuitas” en las ramblas, pues estas acciones y esta falta de concienciación no ligan, ni con la calidad del producto, ni con lo extraordinariamente puntera que es su industria auxiliar, toda vez que, estas conductas se tornan excesivamente rudimentarias.

Es por tanto necesario que las campañas de concienciación se acompañen de acciones administrativas y también privadas que pasen por la localización detallada de puntos de reciclaje, por el establecimiento de controles de su uso y por la garantía administrativa de su tratamiento posterior, pero no trasladando toda la carga y responsabilidad al agricultor sino que ambas, carga y responsabilidad, sean cargas compartidas con la Administración y, no reducidas exclusivamente a términos de coste. Aquí entraría más en un modelo de gestión integral en toda la provincia, con normativas consensuadas, controladas y gestiones de forma homogénea.

Dicho lo cual, es una necesidad personal, ensalzar las bonanzas del plástico y reconocer

mi errónea concepción del mismo. Si hablamos de producción, la estructura de invernadero es y sigue siendo el primer eslabón de las operaciones, y gracias a él somos capaces de controlar de forma primorosa todo lo que hacemos al cultivo; y en el caso de la comercialización, el plástico ha conseguido y consigue singularizar los productos en el mercado. Otra cosa es que, en ambos casos, como en el resto de ejemplos de aplicación de plásticos relacionados con la alimentación, carezcan de una gestión idónea del mismo. Por tanto, el problema no es el plástico, el problema es cómo se gestiona su reciclado; y es aquí donde se deberían centrar todos los esfuerzos.

He de resaltar en primer lugar lo extraordinariamente puntera que es su industria auxiliar y, la innovación tecnológica que podemos llegar a encontrar en un retal de este material. Destacaría como cualidades intrínsecas el poder difusor de la luz y su termicidad. Diría que lejos de desechar la idea de consumir productos cultivados bajo plástico, recomendaría su consumo, porque producir bajo plástico es la única manera de poder garantizar todas y cada una de las condiciones de su cultivo, lo que equivaldría a ser la única vía de garantizar su protección y calidad, así como la seguridad alimentaria tan necesaria en estos últimos tiempos.

Es la agricultura bajo plástico una “agricultura de primor”, que lleva aparejada el control exhaustivo del cultivo, controlando todas sus necesidades de agua y nutrientes, alimentando a la planta de manera “natural”, garantizando el respeto de los estándares de calidad exigidos, y maximizando su calidad organoléptica, con “primor” y mimo.

Es una agricultura de cuidado, en la que el agricultor trata el cultivo tan “primorosamente”, como la madre al niño cuando, en casa,

le da cobijo. Símil que pueda alcanzarnos a comprender las bonanzas reales de ese plástico al que, por falta de un adecuado conocimiento, tan mala prensa, confusa y distorsionada, lamentablemente, precede.

Pero más allá de la producción y sobre todo de su mala prensa, diré también que el plástico es uno de los materiales más reciclables, teniendo ejemplos ilustrativos en algo de lo que todo hacemos uso cotidiano, como el mobiliario urbano o un parque con columpios, siendo, además, quizá la mayor contribución al medio ambiente por la concentración de niveles de oxígeno que bajo su manto se produce, y que con la entrada de dióxido de carbono fluye al exterior.

No puedo finalizar sin hacer un llamamiento a la idea que trasciende a todo este trabajo y a la que llego siendo foránea no sólo al sector sino a la provincia, con un desconocimiento total del modelo que al ir descubriendo me ha ido maravillando, no sin cierta impotencia por ver su concepción exterior injusta, su imagen transmitida tan alejada de la realidad, tan nociva para el sector y la provincia y por la que objetivamente nadie lucha.

Pero esa lucha ausente se produce por la falta interna de conciencia y conciencia de lo que es Almería, del valor de su agricultura y de su más que puntera industria auxiliar. Tenemos un vergel y la sociedad almeriense en todo su conjunto debería ser el principal amplificador de sus bondades. No es posible que sigamos percibiendo este sector como un sector lastrado, anticuado y rudimentario que se dibuja a través de la imagen consolidada del agricultor cano, desdentando, desconfiante en su contratación, en el campo con el cultivo y/o el arado de fondo.

Es en este punto dónde se suscita mi impotencia al no alcanzar a comprender esa falta

de imagen y sobre todo de esfuerzo para mostrar al consumidor, a organismos e instituciones la realidad del campo. Un modelo, un sector y una Almería trabajadora, resiliente, puntera, innovadora, moderna, respetuosa, sostenible, ingeniosa, ilusionante, creadora de empleo, capaz e ilimitada.

Un sector y una provincia que ha de resultar tremendamente atractivo, a través de su imagen, a una población activa joven, derivando no solo en la efectiva captación del talento, sino en la compleja tarea de su mantenimiento y promoción.

Por ello, la mayor limitación del modelo está en el hecho de que la perspectiva de dirigentes, de directivos, de responsables, de instituciones y, así hasta llegar al propio agricultor no vaya acompañada de ese impulso promovido por un liderazgo común que hace que de alguna manera estén obviando dónde deberían agotar uno de sus mayores esfuerzos. Su imagen. Una imagen, que limitándose simplemente a transmitir lo que es el sector, garantizaría su localización y colocación en el punto álgido que se merece y bloquearía cualquier campaña destructiva, que desgraciadamente ya hemos vivido, y que tanto daño han causado, pero con las que no se ha reaccionado. En Europa la gran distribución nos conoce bien y nos tiene en el mapa, al igual que todas las multinacionales relacionadas con el sector; muchas de las agresiones que tenemos están dirigidas y es cierto que esa falta de liderazgo común nos impide tener una sola voz para estas cuestiones; creo que aquí estaría la clave, pero la concepción del modelo en sí, la falta de profesionalidad y el escaso liderazgo corporativo hace que los resultados sean los que son.

Aprovechemos las oportunidades, despertemos de ese letargo en el que se encuentra

inmersa la provincia, por la costumbre interiorizada de su condición, de la que el aislamiento en infraestructuras entiendo que ha sido su mayor contribución para no asumir su papel de líder sectorial, de potencia productiva y de líder en investigación, tecnología e industria auxiliar.

Despertemos de una vez al mundo, y seamos capaces de decir aquí estoy, soy Almería, soy agricultura, soy sistema productivo, sello y garantía de esfuerzo, calidad, sostenibilidad, seguridad, tecnología, buena gente y buen hacer. Soy sustento.

Baluartes de nuestro mayor don... LA FAMILIA. Así como comenzaba esta reflexión, así termino.

De manera que, analizada, bajo el prisma de las mujeres entrevistadas, la visibilidad de la mujer en el modelo y el sector, el valor de la familia, la necesidad de unión que consolide el modelo para afrontar el futuro, la necesidad de su profesionalización y de formación en toda la cadena de valor y, por encima de todo la existencia de un liderazgo o una referencia común que lo lleve a efecto a través de su imagen, concluyo con la referencia al desarrollo sostenible y a la transformación digital, fuente de su futuro.

## **Desarrollo sostenible y digitalización, una cuestión de cultura capaz de transformar el mundo**

Adentrarnos en el futuro implica hacer una parada, obligada, en términos de sostenibilidad, y de transformación digital.

No hay futuro sin sostenibilidad. Esa es la afirmación rotunda y enérgica, la que con mayor intensidad he recogido a lo largo de todas y cada una de las entrevistas.

Ahora bien, tendemos, erróneamente, a identificar la sostenibilidad con el medioambiente, lo que equivaldría a circunscribirlo a, tan sólo, una de las grandes variables a las que alcanza el término sostenible, esto es: medioambiente, social, político y económico. La sostenibilidad en términos medioambientales alcanza los mayores niveles de conciencia, en ocasiones por imposición de la norma, en ocasiones por responsabilidad social, derivada de una mayor conciencia sociocultural.

En el sentido estricto de respeto y cuidado del medioambiente, podemos y debemos identificar al sector agroalimentario, como un sector altamente innovador, respetuoso, cumplidor, eficaz y eficiente. Baste reparar en el aprovechamiento intensivo de los recursos en una zona desértica como Almería, manifiestamente ilustrado por el recurso del agua, dónde, a comienzos de los años setenta, la zona norte de Almería, abandera la innovación y responsabilidad de su uso, con la implementación del riego por goteo, que vino a sustituir el riego a manta, quizá uno de los mayores avances del sector, en el estrato de la producción, y extendido, paulatinamente, a lo largo de toda nuestra provincia.

Pero, no sólo hablamos de un sector pionero en su uso, sino también en el desarrollo de infraestructuras hídricas para su recogida fluvial y fluida de manera natural.

A ello, le adicionaremos el avance tecnológico que ha permitido un control exhaustivo de su aplicación en el riego, con el desarrollo de aplicaciones y sistemas que permiten la

medición de la estricta necesidad de la planta, y al riego mediante cálculo previo, de la cuantía exacta del recurso hídrico y de su adecuada combinación con los nutrientes que requiera la planta, lo que se traduce en el desarrollo de una potentísima industria auxiliar del sector que se expande y alcanza a otros sectores de actividad.

Pero nuestro mayor reto es salvar la limitación de los acuíferos trabajando en la desalación del mar. Tenemos los dos ingredientes, el sol y el mar que ya Goytisolo recogía en sus Campos de Níjar. Trabajemos en el aprovechamiento de los recursos naturales para garantizar el uso de otros limitados y esenciales, pues son los únicos que bien nos frenarán o, por el contrario, nos permitirán avanzar en nuestra evolución ilimitada.

Sostenibilidad medioambiental que encuentra otro de sus grandes logros en el control biológico que no hace sino combatir la naturaleza, a través de la propia naturaleza, avanzando hacia la biodiversidad que permitirá no sólo intensificar ese control, sino dibujar un nuevo paisaje, introduciendo, el verde y otras paletas de color, en los perímetros blancos, y blanqueados, de nuestro conocido mar de plástico.

Ecología y respeto máximo del medioambiente que encuentra una de sus máximas expresiones en la zona norte de la provincia, si hablamos del cultivo específico de la almendra, en la comarca de Chirivel, donde ya se trabaja lo ecológico de manera, casi pionera, en los inicios de la década de los ochenta, con anterioridad a la promulgación de la primera regulación normativa en España, datada en el año mil novecientos ochenta y nueve, que de forma tímida ha ido configurando la zona, hasta perfilarse como la mayor producción de almendra ecológica

del mundo, aventajando a los Estados Unidos, productor histórico de la almendra tradicional.

Pero la realidad es que el respeto por el medioambiente, esa lucha de la naturaleza con la propia naturaleza, es una variable común, en toda nuestra provincia, de la zona norte del levante, haciendo una parada obligada por los campos de Níjar, hasta llegar al extremo del poniente.

Hablar de la preservación del medioambiente, es hablar, también, del control y reducción de la huella de carbono, en la que se intensifican grandes esfuerzos en el binomio emisión y trazabilidad.

Pero la sostenibilidad también nos obliga a hablar de competencia, competitividad y costes, pues “no hay economía verde en números rojos”. Ello quiere decir, a efectos prácticos, que el ser sostenibles no es sólo cuestión de cultura y de voluntad, sino que la sostenibilidad alcanza, irremediablemente, a dónde llega la economía, y ¿porqué? Por qué el ser sostenible tiene un coste real de cumplimiento de la exigencia normativa marcada desde Europa. Si queremos ser competitivos, sólo podemos ser sostenibles, asumiendo que el coste de ser sostenibles no sólo es monetario, sino de competitividad, toda vez que no hay equidad entre sostenibilidad y competencia, ni equilibrio en relación con el exterior, es decir, con países terceros respecto de los cuales no se establecen las mismas exigencias, ni reglas del juego, lo que nos posiciona en clara desventaja en la competencia comercial de un mismo producto, véase el tomate, con el que difícilmente podemos competir, no por calidad, que paradójicamente queda garantizada, sino por una mera cuestión de su precio.

Y, ¿qué supone aquello? Pues la necesidad real de tener que incurrir en un coste adicional de comercialización para hacer llegar al consumidor el adecuado mensaje de que ese precio identifica salud, calidad, y respeto del medioambiente.

Junto a ello, las normas y tendencias del packaging o las del demonizado plástico nos pueden avocar al riesgo de tener que realizar una asunción mayor del comercio de proximidad, en detrimento de las exportaciones de nuestros productos.

Por ello, no sólo se nos ha de “invitar” a ser sostenibles/competitivos, cuestión que, sin duda, se hará efectiva a través de los gobiernos corporativos, sino que el poder público debería de sentirse obligado a habilitar las herramientas de ayuda para garantizar esa sostenibilidad altamente competitiva, máxime en un sector productivo eminentemente privado, tanto en su motor como en su correa de transmisión, sobre el que recae el esfuerzo de la inversión en ciencia e investigación, en recogida de datos y en la transferencia y materialización del conocimiento que se traduce en nuevas técnicas y productos altamente sostenibles, que hacen de Almería una provincia capaz, per sé, por su marcado valor de autosuficiencia.

Ese apoyo del poder público debe ser manifiesto tanto del legislativo, logrando una incidencia y un peso específico, real, en Bruselas, fuente y emisor de toda norma que, por transposición a la normativa nacional, marca las exigencias de todo el proceso de producción, y comercialización, como del ejecutivo, pues no ha de olvidar el efecto dominó que su actuación produce del agricultor al consumidor, sufriendo el primer y último eslabón de la cadena, sus consecuencias directas, recibiendo, el primero, el

bajoprecio, que como sobreprecio debe abonar el último.

Esta es la razón por la que no seremos sostenibles, si no lo somos socialmente, y no lo son nuestros gobiernos corporativos, que son precisamente los que deben de establecer las políticas concretas, de carácter privado, para alcanzar una sostenibilidad holística y real.

Este carácter holístico que ha de alcanzar a la sostenibilidad se pone, internacionalmente, de manifiesto, en los diecisiete objetivos de desarrollo sostenible (ODS) aprobados por Naciones Unidas en el marco de la agenda 2030, lo que muestra una vez más, que la sostenibilidad debe ser de todos, pues todos formamos parte de un planeta y de una tierra a la que debemos cuidar con mimo, pues es la garantía real de nuestra subsistencia.

Analizando cada uno de ellos, podemos observar de manera, loable y gratificante, como nuestro sistema productivo local ha logrado definir y desarrollar un modelo Almería, cumplidor con todos y cada uno de estos ODS, llevando a un arraigo del hombre a la tierra, convirtiendo una tierra de condiciones naturales desérticas, equiparables a cualquiera de los países del tercer mundo azotados por el hambre, en una tierra tan fértil y tan próspera, que ha transmutado el desierto en la despensa de Europa.

Por eso, nuestro esfuerzo hace de Almería y de su modelo productivo, una herramienta extrapolable a otros países que luchan por combatir el hambre, pero también a los países desarrollados a los que mostramos como Almería cumple los diecisiete objetivos de desarrollo sostenible, desde el hambre cero a la alianza institucional, pasando por la energía asequible, el trabajo decente, el crecimiento económico, las comunidades sostenibles, la

acción por el clima, la reducción de las desigualdades, la igualdad de género o la educación de calidad, entre otros.

Es esta última referencia, esto es, la educación de calidad (4ºODS), el pilar de la sostenibilidad y de todo aquello que queramos construir sobre una base sólida, pues es la educación el mayor y mejor arma de que dispone todo gobierno y sociedad, como llave para abrir el universo de las oportunidades.

La educación de calidad, en términos de sostenibilidad social, debe ser, sin duda, el objetivo. Es la educación, desde los años más tempranos, el principio de todos los principios a transmitir. Todo es cuestión de educación, y cuanto mayor sea su nivel en valores, mayor sea su calidad, y más homogénea sea, cuando menos, a nivel europeo, más encomiable será el objetivo a alcanzar, pues la educación es la verdadera libertad del individuo.

Educación es interiorizar y normalizar, dos grandes claves que requiere la sostenibilidad. Todo aquello que recibimos como natural, lo desempeñamos como natural. Por ello, el verdadero poder no reside en lo económico, el verdadero poder, reside en quien tiene en su mano, el poder de diseñar el sistema educativo, con sus valores y su conocimiento. No hay mayor poder que el de gobernar la incultura. Es en este proceso educativo, en el que residirá la sostenibilidad holística del entorno medioambiental, económico, político y social. Necesitamos enseñarnos a ser sostenibles desde la edad más temprana, interiorizando el valor máximo del RESPETO en todas sus acepciones, respeto al entorno y respeto al individuo, y de ese respeto, derivarían, de manera directa, decisiones políticas y económicas que harían más que cuestionables el desarrollo de determinados conflictos, incluso los bélicos, pues su trasfondo atiende,

meramente, a un interés económico y comercial. Por ello, sería deseable reflexionar sobre diversas cuestiones, avanzando la educación de calidad puestos hasta la cabeza en la clasificación de los ODS, de manera que logremos poner fin al hambre y la pobreza o la desigualdad social, vía una educación que nos habilite a sustituir el “darlo hecho” por facilitar/enseñar la herramienta de “cómo hacerlo”, pues es en esa transmisión del saber, es en la transferencia del conocimiento, dónde reside la verdadera riqueza.

Pero si hemos hablado de educación, hemos de hablar de cultura, de cultura de la empresa, lo que nos lleva, de inmediato, a hablar de transformación digital, respecto de la que tenemos que clarificar la confusión, quizá, más comúnmente extendida que tiende a identificar, y por tanto a simplificar, la transformación digital a la tecnología, cuando esta no es el todo, sino tan sólo una parte conformante, lo que nos lleva a afirmar que la transformación digital, no es tecnología, sino que, la necesita.

La transformación digital es, en esencia, un cambio en el sistema operativo de la empresa, esto es, en la cultura de la empresa que le lleva a realizar toda una serie de cambios en la organización, que basados en la tecnología, le permita competir de manera efectiva en un entorno volátil, que nos obliga a abrazar la incertidumbre y a trabajar en procesos de innovación que vislumbren propuestas de valor que, alcanzan su expresión máxima en el sector agroalimentario, en el que se generan especiales sinergias entre los diferentes recursos, léase el agua, y los diferentes escenarios en los que se pueda desenvolver un consumidor al que hemos de anticiparnos, y respecto del que, lejos de adaptarnos a sus demandas y necesidades, hemos de ser creadores de su necesidad, pues

es el cliente/consumidor de nuestro producto, el epicentro de todo el proceso de transformación digital, migrando de hacer que la gente desee nuestro producto, a producir lo que la gente desee. Esta migración la encontramos en la inversión de I+D+i que realiza el sector agroalimentario, en productos como las ensaladas variadas preparadas, o en la cada vez mayor oferta que sustenta la cuarta gama.

La transformación digital es por tanto, una transformación cultural. Cultura del hacer, estableciendo nuevas formas de trabajar. Cultura del liderar y cultura del aprender.

Un cambio cultural que tiene que emanar, necesariamente, de la cúspide de la corporación, del órgano que ha de adoptar las decisiones, generando una transmisión del cambio, y de esa evolución en sentido descendente, estableciendo un adecuado canal de comunicación interno hacia la base, que permita desarrollar el orgullo de pertenencia, y que la experiencia ha demostrado que tiene una menor reticencia de aceptación y adaptación, cuanto menor sea la distancia hacia la base. Pensemos en la digitalización de los procesos del manipulado y/o conteo.

La transformación digital dispensa un claro beneficio tanto a la corporación como al equipo.

Con todo ello, la transformación digital responde a cuatro grandes interrogantes con datos, lo que permite tomar decisiones con datos. ¿Qué está pasando? (analítica descriptiva), ¿por qué está pasando? (analítica diagnóstica), ¿qué va a pasar? (analítica predictiva) y ¿Cuál es la mejor decisión? (analítica prescriptiva).

Tomar decisiones con datos, quizá sea uno de los grandes logros en el sector agroalimentario, toda vez que el dato lleva a una reducción del riesgo, a un aumento de la productividad y a una mejora de la calidad en el producto final.

Es, en definitiva, un proceso de transformación que nos lleva a hacer mejor lo que hacemos, no trasladando los procesos a la tecnología, sino trasladando las mejoras con tecnología, incorporando esa tecnología en los procesos, traduciéndose en mejoras clave como ocurre con la trazabilidad del producto, en el etiquetado o en su conservación, permaneciendo el producto fresco de la tierra/planta a la mesa.

Pero toda transformación, y la digital más que cualquier otra, nos obliga a redefinir, y nos capacita para pivotar los modelos de negocio, otorgando cada vez más un mayor valor al consumidor final, con el que establecemos nuevas formas no sólo de relación, sino de ofrecer nuestros productos. En esta línea cabría destacar la compra online de productos frescos saludables, en formato caja saludable, las transformaciones operadas en los packagings o en la gama de presentaciones que hacemos de una misma variedad de un producto al consumidor, compatible y adaptable a un estilo de vida que si bien nos lleva a vivir con prisa, también nos obliga a comer a prisa. Deprisa, pero saludable. Baste pensar en los productos de quinta gama, gazpachos, salmorejos, cremas de verduras o en las ensaladas preparadas de fruta y verdura.

Pero operar todos estos cambios, requiere de un cambio previo del modelo de trabajo, diseñado en el marco de la estrategia a largo plazo del máximo órgano de gobierno y decisión de la entidad, acometiendo su revisión en el corto plazo, que habilite la

transición de organizaciones complejas, a organizaciones más simples, del “líder es el jefe” a que el equipo gane el protagonismo, el paso de departamentos como silos, a una organización más interconectada, y al abandono de tareas obsoletas y lentas a favor de una tarea ágil, producto de la innovación, que alcanza su máxima expresión en el sector agroalimentario, toda vez que conecta, en remoto, al agricultor con la planta, o al consumidor con el almacén, o a una línea de envasado con un departamento financiero. Todo cambio, para ser efectivo, requiere de facilitadores de su propio cambio, que generen un estímulo del mismo, a lo largo de cuatro grandes ejes.

Así, encontramos esos facilitadores clave en la conectividad, online y offline, internamente, en el seno de la empresa, y en su relación con el exterior, pues hemos de tener muy presente que el consumidor es un consumidor “conectado” que realiza actividades diarias en el mundo real y en el virtual, de manera indistinta, convirtiéndose, bajo este punto vista, en generador permanente de fuente de información, amén de excelentes y más que necesarios desarrolladores de la economía colaborativa, toda vez que, a través de esta tecnología, conectan directamente a la oferta, con su respectiva demanda.

La gestión adecuada de la demanda es, precisamente, el segundo de los elementos facilitadores, en la medida en que la posibilidad de trabajar con datos, nos permite entender, anticipar e influir en la demanda de nuestros productos, recordando, a colación, la irrupción del snack saludable o la sandía mini que solventa el clásico problema espacial de su conservación en frío.

Para facilitar esta conexión mencionada, es necesario, disponer de determinadas herra-

mientas, como soluciones cloud, que permitan liberar de tareas de administración al personal interno, liberando tiempos que se reconvierten en productivos, y todo ello sin necesidad de incurrir en elevados costes, pues existen opciones evaluables, como el modelo de pago por uso.

Conscientes de los riesgos y reticencias de cualquier empresa ante la violación de la información confidencial y no confidencial de la misma, y sabedores de que la información es hoy día, el valor más importante de la organización, se han desarrollado, como último de los elementos facilitadores de esta arquitectura tecnológica, sistemas de ciberseguridad que garantizan la puesta en valor de la información.

Información y tecnología que son claves en el eje de la producción agrícola, permitiendo una digitalización de todas las actividades del campo, lo que se traduce en la trazabilidad de la información de costes, productividades, control de calidad o tratamientos, permitiendo la toma de datos en tiempo real.

Digitalización que redundará en eficacia cuando se trata del eje de la logística, permitiendo el abandono de tareas manuales y administrativas en la carga y recepción de mercancía, dando paso a lectores en zonas de traslado, que hacen posible una previsión de recepción de la mercancía para mejor gestión, o la digitalización de pallets en campo. Nada desdeñable es el gran volumen de documentación asignada al transporte que deja paso a la implantación de e-CMR para cliente y gestión de tránsito, acuse de recibo entrega e información en tiempo real, ahorrando tiempo y papel.

Si grande es el avance que la digitalización opera en el eje de la logística es, si cabe, aun

mayor el que le corresponde al de la industria, permitiendo una correcta monitorización, gestión y mejora de los procesos de producción, superando los silos de información, y el trabajo manual de relacionar datos, poco productivo y con posibilidades de error humano.

De forma análoga, el eje comercial se experimenta altamente aventajado por esta transformación digital toda vez que la automatización de los procesos, como es el del pedido y el de facturación posterior, liberan tiempos de trabajo efectivo del comercial, pudiendo destinar ese tiempo automatizado extra, a su labor comercial, de venta y de atención personalizada al cliente, que deriva en una mayor rentabilidad de sus tiempos de acción, dando una mayor fluidez a sus flujos.

Finalmente, en cuanto a las personas en el seno de la organización se refiere, la digitalización supone una liberación de este recurso vital de la empresa, que puede ser destinado a otras funciones, con la desaparición del papel, y de tareas administrativas netamente manuales.

Así, los datos en el área de los recursos humanos concretan la definición de puestos y perfiles, de objetivos por área, y la medición de su desempeño.

Ello hace que, quizá, el mayor de los logros sea el de la adecuada gestión del talento, con el reclutamiento especialista, la realización de acciones formativas y el diseño de planes de carrera dentro de la organización, a los empleados de más valor.

La digitalización viene, en este sentido, a mitigar uno de los grandes desafíos que afronta el sector agroalimentario, especialmente, en la provincia de Almería, pues si

compleja es la captación del talento, mayor complejidad reside en su mantenimiento.

La digitalización debe permitir la mejora del entorno de las personas, en cuanto núcleo central de cualquier organización, pues si esencial es la obtención del dato, primordial es su gestión.

La digitalización del sector agroalimentario debe derivar en hacer de este un sector atractivo para un reducto de población activa joven, técnica y especialista, que no agote determinados puestos y roles por falta de ese mencionado atractivo del sector y de la provincia.

La transformación digital debe cooperar, a través, de un lado, de la cultura de las organizaciones, y de otro, de esa conectividad vital que mantenemos hoy día las personas, siempre conectados y multipantallas, a ser difusor de las nuevas habilidades para la empleabilidad en este sector agroalimentario que lejos deja esa imagen de sector tradicional y “primario” para el que basten capacidades muy básicas, requerimos de altas habilidades, de capacidad de innovación, de pensamiento analítico y de aprendizaje continuo, trabajando por proyectos, con nuevos métodos y equipos multidisciplinares.

La transformación digital ha de suponer, en definitiva, un cambio que contribuya a la mejora de un bienestar global, en un mundo en el que las expectativas son crecientes y cambiantes y donde los sectores se remodelan, borrando sus barreras con las oportunidades y los desafíos que supone, prevaleciendo las personas como eje central del cambio, habilitando procesos de adaptación según su perfil de edad y sector de actividad, evitando que el lado humano se desvanezca y pierda en el dato.

De esta manera, entenderemos que la transformación digital no es sino avanzar en la carrera de la sostenibilidad, desde la recogida del dato, hasta su traslación a la sociedad en general, que ha de adaptarse a la nueva concepción del bienestar.

## Agricultura: vida y futuro

Si bien podría finalizar este maravilloso trabajo simplemente con este título, me extenderé un poquito más y diré que hablar de agricultura es hablar de vida, no sólo como ser vivo y como forma de vida, sino como garante de vida, y aseguramiento de nuestra subsistencia, que emana de una tierra a la que hemos de cuidar con verdadero mimo, revertiendo sobre ella, como mínimo, la grandeza de lo que nos da, sus recursos, esos que estamos moralmente obligados, a valorar en ese lineal, al que acudimos de manera rutinaria y mecánica, sin la conciencia, sin el tiempo de pararnos a pensar, que detrás de ese producto que adquirimos con tantísima facilidad, sin esfuerzo y que por ello, desgraciadamente, en ocasiones, olvidamos y convertimos en desperdicio alimentario, hay toda una vida de trabajo, esfuerzo, dedicación, conocimiento, ciencia, inversión, tecnología e innovación.

Quizá esa falta de conciencia tenga su origen en la tradicional clasificación económica de nuestros sectores, que califica a la actividad más esencial como “primaria”, calificativo que asimilamos, erróneamente, con conductas tan básicas, tan rudimentarias e incluso anticuadas que, siendo foráneos al sector, identificamos como tan dadas y simples, tan interiorizadas y normalizadas, que no alcanzamos a darle el verdadero valor de vital y esencial que, justamente, lo encarna.

Una concepción errónea que nos lleva a olvidarnos del agricultor, que no es sino, el

artífice del modelo, el artífice de esta actividad económica, y el artífice del “milagro” de nuestro sustento.

Ese agricultor al que no sólo no damos su valor, si no ese al que por modas, permítaseme el término urbanitas, convertimos en reo del medioambiente, ensalzando, en debates y tertulias, lo ecológico, lo natural, lo bio, distraídos en modas, precios, trazabilidad, huella de carbono, o residuo cero, en los que parece, nos hayamos convertido todos, en los últimos tiempos, en verdaderos expertos, sin reparar en quién es, quien lo lleva a efecto.

Sin reparar en que la agricultura, emana del agricultor, cuidador que, debe ser cuidado.

Ese hombre, esa mujer que trabaja la tierra, sin descanso, todos los días del año. Ese hombre, esa mujer, que no duerme, mirando al cielo.

Pero la agricultura no sólo es vida día a día, es futuro, y es ahí donde reside su fuerza y fortaleza, esa que hemos de hacer valer. Es la única actividad, es el único sector capaz de ser herramienta y solucionador del cambio climático, ese cambio que, a diferencia de casi todo cambio que es sinónimo de avance, desarrollo y crecimiento, se traduce en preocupante agotamiento y desaceleración. Y lo es, porque es el único sector capaz de gestionar el dióxido de carbono de la planta. Así encontramos como Almería, a través del plástico y de su técnica del blanqueo ha logrado que en los últimos veinticinco años suba la temperatura medio grado, frente a los dos grados que ha subido en el resto del mundo.

Así, con la confluencia del viento que permite al agricultor mayor producción y de mayor calidad, el plástico y la técnica del blanqueo,

convierte, nuestra provincia, en una microamazonía por el primero y en una microantártida por el segundo. De esta manera, el viento evacúa en el invernadero una cantidad de oxígeno de 140 partes por millón de dióxido de carbono por debajo del resto del mundo.

Baste esto para calificar nuestro modelo, a riesgo de que suene redundante, como modelo.

Modelo extrapolable al mundo entero, ya sea como replicable, campo de investigación, o fuente de inspiración, toda vez que si le diéramos un corte transversal, mostraríamos al mundo, como hemos convertido en bosque un ancestral desierto.

Razones que se tornan en aval para reclamar el lugar que debe ocupar esta actividad

económica, esta forma de vida, toda vez que es la única capaz de garantizar la propia vida.

Garantía de vida, que reside sobre la base de la persona, actor y beneficiario de esta actividad sostenible, pudiendo afirmar que la agricultura, literalmente, nos humaniza, valor este que nuestra sociedad va poco a poco, dejando un tanto en el olvido.

De ahí, que nuestros mayores baluartes sean sin duda, la familia con todos sus valores, y la educación, esencia de lo ya vivido, de lo que vivimos, y de lo que esté por vivir.

Crear para, con fe, poder crear.

Una vez más, GRACIAS.





GRACIAS Miguel Trinidad López Martínez, mentor, referente personal y profesional en mi vida. Gracias por que la confianza depositada en mí, ha hecho, una vez más, que las cosas ocurran, y me ha llevado a realizar un sueño, que de otra manera no hubiera sido posible. Gracias por tu instructivo acompañamiento, y la hermosa semilla que has sembrado en mí. Gracias por encarnar, en tu labor de PADRE, el valor esencial de familia que ha de guiar al sector, e iluminar nuestra vida.



GRACIAS Blas Fuentes Mañas, por tu extraordinaria generosidad, y entrega. Gracias por que la elegancia de tu lente, ha puesto, de manera exquisita, imagen a mis palabras, como merecido homenaje a cada una de las mujeres que han participado en esta aventura. Gracias por inspirar la amabilidad de la rectitud.



GRACIAS Javier López-Gay Belda por ser Javier, por tener tu especial universo, y vivir en la entrega. Gracias por la extraordinaria generosidad que has tenido conmigo, dedicándome un tiempo del que no dispones. Gracias por tu perfección en el hacer y tu ímprobo esfuerzo. Gracias por ayudarme a hacer eterna, una parte de mí.









## Marta Belda Blanco

Marta Belda Blanco (Madrid), madre de familia numerosa, licenciada en ciencias económicas y empresariales, con tres años de preparación al cuerpo superior de auditores del Tribunal de Cuentas, Máster en auditoría de cuentas (ROAC), y Máster oficial en gestión de la actividad agroalimentaria.

Su interés por la economía social en el sector agroalimentario, y la base FAMILIAR de la agricultura, compendian, bajo su prisma, la oportunidad ecuaníme de reconocer la labor callada y camaleónica que, históricamente, ha desempeñado la mujer, desde un esencial segundo plano, redactando en primera persona, la vida de treinta y dos mujeres, que ocupan distintos roles a lo largo de la cadena de producción, desde quien siembra la semilla, a quien la investiga en Naciones Unidas (FAO), para que todo vuelva a comenzar, creando un mayor valor.

Analiza, a través de sus ojos, las fortalezas y las debilidades de un sector, esencial, en cuanto garante único de nuestra subsistencia, y solución certera del cambio climático.

Esta revisión de la cadena de producción, le derivan a la síntesis de una actividad agroalimentaria que nos HUMANIZA, enfatizando, la toma de conciencia del necesario diseño de un sistema educativo basado en el RESPETO a la persona y al entorno (social, medioambiental, económico y político), como base sólida de todo aquello que deseemos construir.

Reflexiona la traslación “transversal” de la tan necesaria sostenibilidad, que se llevará a efecto, a través de una transformación digital, operacional de un cambio de cultura gestado en la esfera empresarial que, sin duda, alcanza a la mejora del bienestar social, simplificando los procesos, y por qué no, la vida.

A lo largo de toda la obra, subyace la idea del valor de la familia, de la persona y del cuidado de una tierra, que nos da la vida. Démeter.

