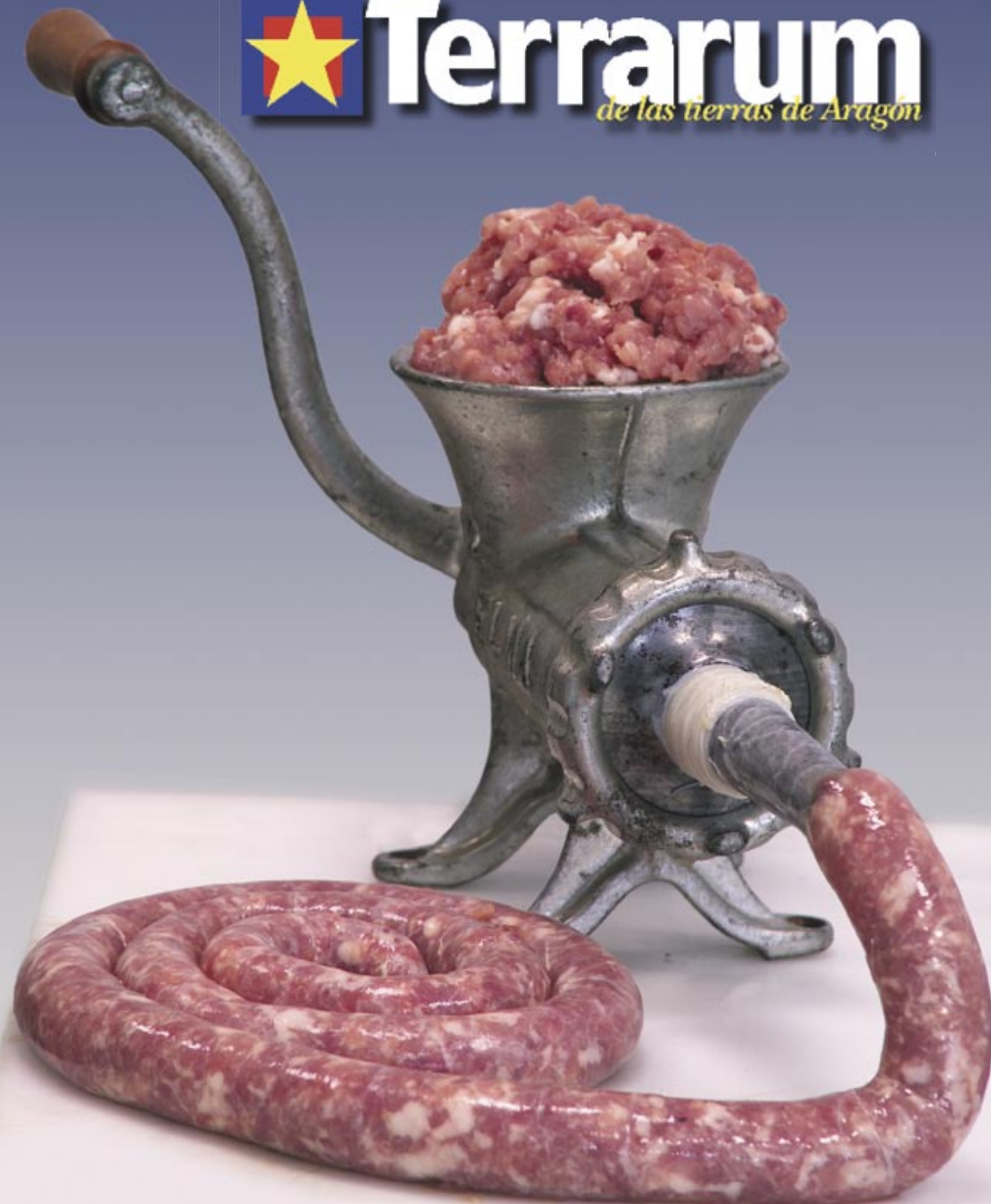




Terrarum

de las tierras de Aragón



REVISTA DE LA RED ARAGONESA DE DESARROLLO RURAL • Invierno 2005 • Núm. 11

**TERRITORIOS, GENTES Y SABORES • AGROALIMENTACIÓN, UNA OPORTUNIDAD PARA EL
MEDIO RURAL • NUEVAS ORIENTACIONES DE LA POLÍTICA EUROPEA DE DESARROLLO
RURAL • PON ARAGÓN EN TU MESA • PONER EN VALOR LOS PRODUCTOS LOCALES •
NOTICIAS DE LOS GRUPOS**

[sumario]

3 Editorial

4 Agroalimentación, una oportunidad para el medio rural

Miguel Ángel Mainar Jaime

8 Nuevas orientaciones de la política europea de desarrollo rural

Eduardo Moyano Estrada

17 Grupos de Desarrollo Rural de Aragón

Toda la información sobre los territorios Leader y Proder

38 Proyecto de Cooperación Interterritorial

Pon Aragón en tu mesa

40 Encuentros

I Muestra Gastronómica de la Sierra de Albarracín. Poner en valor los productos locales

42 Noticias

Red Aragonesa de Desarrollo Rural

44 Publicaciones

Edita. Red Aragonesa de Desarrollo Rural
San Lorenzo, 6-10, oficina 3 - 50001 ZARAGOZA
Tel. 976 29 64 18 • Fax 976 39 03 01.
coordinacion@aragonrural.org www.aragonrural.org
Maquetación: 134 Comunicación.

Tirada: 5.800 ejemplares. Depósito Legal HU-433/2000

Se permite la reproducción de los contenidos siempre que se cite la fuente.
Los artículos responden exclusivamente a la opinión de quien los firma.

Territorios, gentes y sabores

El rico patrimonio de los alimentos de Aragón es un recurso que ha permitido en la última década, con el apoyo de los programas de desarrollo rural Proder y Leader, la creación o modernización de 610 empresas agroalimentarias con productos de calidad y la creación de 1050 puestos de trabajo, que suponen una repercusión social en el mundo rural aragonés incalculable, permitiendo movilizar la población de todos los territorios, recuperar la identidad con productos locales, crear proyectos de vida, dotarse de armas de confianza en el futuro.

Las empresas alimentarias de pequeño tamaño están ligadas íntimamente al sector turístico, artesano y patrimonial, reforzando las relaciones de desarrollo territorial integrado, contribuyendo a la vertebración social, favoreciendo la organización de asociaciones empresariales agroalimentarias de carácter comarcal para la promoción, comercialización, formación profesional y establecimiento de parámetros de calidad de los productos.

Un salto cualitativo en el proceso de construcción del medio rural aragonés se está comenzando a dar, trabajando juntos todos los territorios de Aragón, mediante el proyecto de cooperación interterritorial Pon Aragón en tu mesa, que los 21 Grupos Leader y Proder han comenzado a ejecutar. La participación en Qualimen mediante el espacio "Aragón rural, alimentos con alma",

la presentación de asociaciones empresariales agroalimentarias, productores y manjares, constituye una primera muestra de un proyecto para promocionar y dar a conocer el patrimonio agroalimentario de los territorios rurales de Aragón, formar a restaurantes y comercios especializados sobre el buen uso de nuestros productos dentro de una gastronomía saludable, sensibilizar a los escolares en una alimentación sana y con productos aragoneses, enseñar a consumir de una forma adecuada nuestros alimentos, fomentar el consumo de nuestros productos agroalimentarios para favorecer a nuestros agricultores y ganaderos, y asegurar la pervivencia de nuestras variedades locales, y sensibilizar a toda la población aragonesa de la importancia de la valorización de los recursos endógenos como una forma de impulsar el desarrollo sostenible en el territorio.

Este proyecto constituye la antesala de una forma de trabajar conjunta para impulsar el sector agroalimentario con la participación de todos los sectores, y la consolidación de un tejido de redes y grupos para nuevas líneas de acción mediante proyectos de cooperación consolidados para avanzar los próximos años.

Vivos los pueblos, espíritu abierto, jóvenes, mujeres y hombres para construir pueblos con raíces a partir de alimentos que tienen historia, pueblos, territorios y personas en cada nombre.

Agroalimentación, una oportunidad para el medio rural

MIGUEL ÁNGEL MAINAR JAIME
PERIODISTA ESPECIALIZADO EN AGROALIMENTACIÓN.
GERENTE DEL ÁREA DE COMUNICACIÓN DE LA SOCIEDAD
DE INFRAESTRUCTURAS RURALES ARAGONESA (SIRASA)

Aragón es un territorio amplio y despoblado. Ocupa aproximadamente el 10% de la superficie nacional pero solo alberga al 3% de la población española. Por otro lado, más de la mitad de los aragoneses vive en Zaragoza, lo que deja al resto del territorio con una densidad de población preocupante.

Las políticas de reequilibrio territorial pasan, evidentemente, por lo que hoy denominamos desarrollo rural, y en éste, la agricultura, o más bien la agroalimentación, puede y debe jugar un papel de primer orden.

Esta afirmación no deja de encerrar una gran paradoja, puesto que Aragón ha tenido tradicionalmente un fuerte componente agrario y a la vista está que éste no ha sido capaz de mantener la población y el desarrollo del espacio agrario por excelencia, el medio rural.

Pero precisamente por ello podemos discernir con más claridad cuál es el modelo agrario que no funciona y hacia dónde debe dirigirse la nueva orientación de la agricultura, que, hay que insistir en ello, debe dejar de ser una orientación meramente agraria y pasar a constituir un verdadero sector agroalimentario.

La antigua relación agricultor-consumidor ya no existe. Hoy, lo que llamamos cadena alimentaria comienza en la producción de las materias primas (trigo, corderos...) y termina en las estanterías de los supermercados o todavía más allá. El consumidor que antaño pagaba al agricultor o compraba su producto sin transformar, ahora paga a toda la cadena, pero es un porcentaje muy pequeño de este desembolso lo que llega al origen para compensar los esfuerzos de la producción.

Así pues, o el sector agrario se esfuerza por extender su poder en la cadena alimentaria más allá de la producción, deviniendo, como se ha dicho, en sector agroalimentario (productor, transformador y comercializador), o poco podrá aportar al progreso de las amplias zonas rurales aragonesas.

No debe interpretarse de lo dicho hasta ahora que la agricultura aragonesa se encuentre estancada en la mera producción de materias primas; desde los años noventa ha evolucionado apreciablemente, sobre todo en algunos subsectores concretos, pero lo que para nosotros pueden ser pasos de gigante, en el conjunto de la agroalimentación nacional o internacional quizá no sean más que pequeños avances. Advuértase que en nuestro entorno más inmediato, el Valle del Ebro, la pujanza agroindustrial es notabilísima.

Del buen hacer a la PAC

Que Aragón reúne condiciones naturales para la producción de buenos alimentos es algo indiscutible. Que a lo largo de los siglos desde el trigo hasta la uva y desde la oliva a la fruta las producciones aragonesas han tenido fama, en las crónicas y manuales está escrito. Que el vino o el aceite, el jamón u otros elaborados han llegado a nuestros días arropados por sus éxitos históricos, es patente.

Los productos agrarios aragoneses han sido apreciados y demandados, y, precisamente porque se han podido vender bien, los agricultores y ganaderos no han vislumbrado la necesidad de ir más allá en sus producciones hasta que ésta se ha hecho muy evidente. La transformación ha sido prácticamente inexistente hasta finales del siglo XX, salvo en productos donde ésta es casi tan tradicional como la materia prima: el vino, por ejemplo. Y aun en estos casos estamos hablando de una primera transformación, rudimentaria a tenor de lo que hoy es la producción vitivinícola. Recordemos que hasta hace muy poco eran los graneles aragoneses los que llenaban las botellas de otros territorios. Y en este sentido, como graneles de calidad que eran, durante mucho tiempo sirvieron para que los viticultores pudieran ganarse dignamente la vida y, entre tanto, volviendo al postulado que nos conduce, no se dieran ninguna prisa en preparar sus propias botellas.

Así pues, paradójicamente, la calidad primigenia de las producciones agrícolas y ganaderas de Aragón, su éxito histórico, se convirtió con el tiempo en una especie de niebla que no dejó ver del todo el futuro y la rapidez con que llegaba.

Cuando éste se presentó, fue en forma de crisis y de Política Agraria Comunitaria (PAC). Crisis por sobreproducciones, precios bajos, poca transformación, mala dimensión, escasa mercadotecnia y, en general, falta de competitividad. La PAC tenía que ayudar a sobrellevar todo esto y lo ha hecho, lo sigue haciendo (aunque sueñan tambores poco halagüeños). Pero no lo ha hecho bien, al decir de muchos analistas.

Fundamentalmente porque se ha centrado en la producción, cuando ese futuro del que hablamos lo que pide a gritos es transformación y comercialización. Como hace la medicina en muchos casos, la PAC se ha ocupado fundamentalmente de aliviar los síntomas, pero no de eliminar la enfermedad. Con ello, además, ha inhibido los propios mecanismos de defensa del enfermo, que se

ha acomodado entre los cuidados paliativos que son las primas europeas y se enfrentará a una nueva crisis a medida que éstas vayan disminuyendo o desaparezcan.

No sería justo dejar de reconocer a la PAC lo que ha hecho por la industrialización y transformación de las producciones y la formación de los profesionales de la agroalimentación. Pero ésta, que era la vía necesaria, el pan de mañana, no ha sido la vía principal.

Poderosos en la cadena

El reto de la agricultura aragonesa sigue siendo, pues, continuar subiendo peldaños en lo que llamamos valor añadido, conquistando poder en la cadena agroalimentaria para que un buen porcentaje de lo que el consumidor desembolse compense suficientemente al productor.

Sabemos que producir materia prima no es suficiente; habrá que transformarla, una, dos... cinco veces. Si nuestro ternasco ha de sacrificarse, despiezarse, cocinarse y envasarse al vacío o en cualquiera de los sistemas de presentación y conservación que existen, habremos de hacerlo. Y sabemos que transformar puede no ser suficiente; quizá haya que investigar, comunicar y hasta distribuir.

Puede que la profesión de agricultor, de ganadero, sea la que más ha evolucionado y crecido en complejidad. Ya no le sirve cultivar y cosechar, pastorear o destetar. Ahora para ganarse la vida tiene que saber vender en un mercado bastante difícil, lo que implica conocer y dominar, además, otros muchos caminos que hay que recorrer hasta llegar al consumidor.

A priori puede parecer que tan complicada misión escapa a las débiles estructuras agroalimentarias de Aragón y especialmente de su medio rural, y en parte es cierto. La gran mayoría de las aproximadamente 1.200 empresas agrarias de la Comunidad Autónoma son pequeñas o muy pequeñas. Su capacidad para llegar a los mercados internacionales o a la gran distribución, que es la que verdaderamente manda en la cadena, es escasa. Pero se puede ganar dimensión, si es esto lo que interesa, o encontrar huecos adecuados en un mercado que es muy grande y admite, probablemente más que ningún otro, la especialización y la diversidad; se puede afirmar, incluso, que no sólo la admite sino que la alienta, a pesar de las tendencias globalizadoras que todos conocemos.

Armas rurales

El medio rural, por lo tanto, tiene cosas que decir en el entramado agroalimentario y puede encontrar en éste uno de sus principales factores de desarrollo. Veamos algunas de las armas disponibles en los pueblos de nuestro agro.

Atracción de empresas agroalimentarias. No es la principal, pues en la actualidad la cercanía a la materia prima no es tan importante para una industria alimentaria como la cercanía a los grandes centros logísticos y de distribución. En este sentido, tal y como ya ocurre, lo más probable es que las nuevas inversiones que se puedan producir lo hagan en el área de influencia de las grandes ciudades (o de la gran ciudad que es Zaragoza). En ellas encuentran con más facilidad profesionales cualificados, acceso a nuevas tecnologías, influencia socioeconómica y algunas otras ventajas, además de ésa señalada como crucial que es la logística.

No obstante, merced a los programas de desarrollo rural de la Unión Europea o a otros del resto de las Administraciones, las pequeñas poblaciones, especialmente las cabeceras de comarca, pueden ofrecer también diversos atractivos para la instalación de



nuevas industrias alimentarias o, al menos, el crecimiento y la modernización de las ya existentes.

Las cooperativas. Ésta sí que es un arma relevante. Suelen ser empresas pequeñas o medianas, pero a través de su propia fórmula asociativa en ocasiones constituyen verdaderos grupos agroalimentarios con un potencial enorme. Por su carácter social, casi siempre se encuentran en el medio rural, que es donde residen y trabajan sus propietarios. En este sentido, son una garantía casi absoluta frente a la deslocalización, pues será muy extraño que una cooperativa levante el vuelo. Podrá crear plataformas urbanas, pero su núcleo siempre hundirá las raíces en el medio rural.

Por otro lado, la imagen de las cooperativas ha mejorado ostensiblemente. En estos momentos muchas ya son tenidas en cuenta como empresas serias, profesionales y capaces. El producto cooperativo, por su parte, tiene mucho que decir, y una buena comunicación del mismo puede posicionarlo como reflejo del tradicional buen hacer de las gentes del campo y de la alimentación natural, la que nace de la propia tierra. El gran paso que todavía deben dar muchas de ellas es el de la transformación.

Artesanía agroalimentaria. Se podría decir que en estos tiempos de obsesión por los grandes canales de comercialización, la pequeña industria agroalimentaria poco tiene que aportar, pero no es así. Como se ha dicho, el mercado de la alimentación tiene muchas vías y no todas son de gran consumo. Las discretas producciones artesanas o cuasi artesanas tienen salida a través de tiendas familiares, especializadas o vinculadas al turismo en aquellas zonas, que son bastantes, susceptibles de recibir visitantes ávidos de cultura y gastronomía autóctona, que también son numerosos. Si las



están obligadas a hacerlo dentro de los límites territoriales de la misma, es decir, mantienen el pulso económico de la zona, fijan población y tampoco son pasto fácil para la deslocalización.

Medio ambiente. Si alguien puede hacer algo por frenar el deterioro del medio ambiente es el agricultor y el habitante del medio rural. En la medida en que la sociedad se vaya concienciando más de la necesidad de cuidarlo, mayor será el valor de éste y de sus actividades. No es un arma agroalimentaria propiamente dicha, pero sí un argumento de peso para demandar políticas de desarrollo rural que contemplen, cómo no, al sector agroalimentario.

Calidad y seguridad

Son, hoy por hoy, los dos factores clave de la alimentación. Constituyen una exigencia casi tiránica de los consumidores y la gran preocupación de las Administraciones públicas y del propio sector agroalimentario.

Desde el punto de vista del productor, hay que desterrar la idea de que lo que sale del pueblo es bueno y sano porque no puede ser de otra manera. Esto conduce a una autocomplacencia peligrosa para la calidad y la seguridad, y por lo

tanto para la propia supervivencia del proyecto. Bien es cierto que los esfuerzos de la Administración para evitar situaciones de riesgo, por un lado, y favorecer las producciones de calidad, por otro, son cada día mayores, pero ambas cuestiones son responsabilidad directa e ineludible de los elaboradores, y todos conocemos que el consumidor suele pasar factura, y muy alta, cuando se falta a esa responsabilidad.

Sin entrar en la difícil cuestión de definir qué es calidad, podemos convenir que para un productor que se dirige a un determinado mercado es relativamente fácil averiguar qué es lo que éste entiende por calidad. En virtud de ésta deberá fijar sus parámetros de elaboración, sin permitir, y esto es muy importante, altibajos que desorienten y desalienten al consumidor.

La seguridad está altamente garantizada si se cumplen las normas y recomendaciones establecidas por la Administración, pues aunque llegamos a las postrimerías del siglo XX casi con los mismos parques reglamentos de la Edad Media, en las dos últimas décadas los avances normativos han sido vertiginosos. Su grado de cumplimiento, que en ocasiones exige enormes esfuerzos, es otra cuestión, pero ningún productor debería jugarse el prestigio y el negocio por ignorarlos.

La trazabilidad es la última novedad en lo que a seguridad alimentaria se refiere. Si entre todos logramos que funcione como debe hacerlo, el primer beneficiado será el propio sector agroalimentario.

...Y lo del paño

Ya lo hemos oído muchas veces: el buen paño ya no se vende en el arca. O se saca y se enseña, y se vocean sus cualidades, o puede

que tenga que llevarse uno mismo a casa.

Las excelentes producciones alimentarias de Aragón carecen en gran medida de una comunicación adecuada. Las denominaciones de origen y algunas grandes empresas son una excepción a este aserto, pero en general el sector no ha logrado articular una estrategia comunicativa suficientemente eficiente.

Aunque pueda parecer lo contrario, las pequeñas empresas del medio rural, con sus particularidades, son las que mejor comunicación pueden hacer; no las que más, pues es evidente que donde esté el poder económico estarán las grandes campañas. Pero en comunicación la cuestión cualitativa tiene un gran peso. El tener algo original, diferente, que decir vale tanto o más que disponer de miles de euros para campañas sin un mensaje específico. A nadie se le escapa que existen pequeños obradores familiares muchísimo más rentables que grandes compañías reposteras; todos sabemos que el público puede señalar con nombre y apellidos los productos del primero mientras denomina “bollo” a todo lo que hace la segunda.

El medio rural dispone de singularidad, de tradición y de cultura, factores que nunca estarán a disposición de las grandes industrias, obligadas casi siempre (también ellas tienen sus inconvenien-

tes) a lanzar productos homogéneos e indiferenciados salvo por el diseño de los formatos y envoltorios, que por otra parte son rápidamente copiados. En comunicación, lo que se compra es singularidad, aprovéchese allá donde exista o se pueda crear.

Aragón tiene, en definitiva, un sector agroalimentario que hunde sus raíces en una tradición productiva de calidad. La mesa aragonesa goza de excelentes alimentos, pero estos son en gran medida representativos de un escaso hábito transformador.

En los últimos años las inversiones de la industria agroalimentaria han sido importantes, especialmente en algunos subsectores más avanzados, y ello ha abierto notables expectativas de futuro y marcado el camino para quienes van un poco más despacio en la carrera de la transformación, a la que cada día se dedican más recursos y para la que aún hay tiempo. En este sentido, el medio rural tiene en la actividad agroalimentaria uno de sus grandes aliados, pues todavía atesora factores naturales, socioeconómicos y culturales con los que atraer a unos consumidores que, aunque en el día a día dependan de una alimentación estandarizada y poco sugerente, en los momentos importantes buscan productos singulares y con valores intangibles.

Asociaciones de empresas rurales agroalimentarias

ASOCIACIÓN DE ALIMENTOS ARTESANOS DE LAS CINCO VILLAS
C/ La Herrería, 3
50695 Biota (Zaragoza)
Tel.: 976-670283 / Fax: 976-666210
alimentoscincovillas@hotmail.com

ASOCIACIÓN DE AGRICULTORES ECOLÓGICOS VAL DE ONSSELLA
C/ Fernando el Católico, 29
50680 Sos del Rey Católico (Zaragoza)
Tel.: 948-888069
http://www.ecovaldeonsella.org

ASOCIACIÓN AGROALIMENTARIA DEL BAJO MARTÍN-SIERRA DE ARCOS
Polígono Ind. Ctra. de Lécera, s/n
44540 Albalate del Arzobispo (Teruel)
Tel.: 629-479970 / Fax: 978-812177
asociacion@agromartinarcos.com
http://www.agromartinarcos.com

ASOCIACIÓN AGROALIMENTARIA DE LOS MONEGROS
C/ Ramón y Cajal, 7
22260 Grañén (Huesca)
Tel.: 974-390132 / Fax: 974-391079

ASOCIACIÓN DE ARTESANOS AGROALIMENTARIOS SOMONTANO NATURAL
Plaza Portal, 11
22312 Costean (Huesca)
Tel.: 974-308495 / Fax: 974-308496

ASOCIACIÓN EMPRESARIAL DE GÚDAR-JAVALAMBRE
C/ Compañía, 30
44400 Mora de Rubielos (Teruel)
Tel.: 978-612085

ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DEL MEZQUÍN
C/ Maestro Rebullida, 20
44640 Torrecilla de Alcañiz (Teruel)
Tel. y fax: 978-852415
mezquin@mezquin.com
http://www.mezquin.com

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROALIMENTARIOS DE LA RIBAGORZA
Plaza España, 2
22430 Graus (Huesca)
Tel.: 689-488086
aearibagorza@hotmail.com

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE ALIMENTOS ECOLÓGICOS DE LOS MONEGROS
Paseo Ramón y Cajal, 7 2º
22260 Grañén (Huesca)
Tel.: 974-390132
ceder-monegros@monegros.net

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES ECOLÓGICOS DEL BAJO ARAGÓN (APROEBA)
C/ Maestro Rebullida, 20
44640 Torrecilla de Alcañiz (Teruel)
Tel. y fax: 978-852415
aproeba@mezquin.com

ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS AGROALIMENTARIOS DEL MAESTRAZGO
C/ Nueva, 49
44560 Castellote (Teruel)

Tel. y fax: 978-887671
sabores@maestrazgo.org
http://www.maestrazgo.org/agroalimentarios.htm

ASOCIACIÓN DE ARTESANOS AGROALIMENTARIOS DE LA SIERRA DE ALBARRACÍN
Carretera Comarcal A-1512, km. 44
44112 Tramacastilla (Teruel)
Tel.: 696-802258
agroalimentarios@sierradealbarracin.biz
http://www.sierradealbarracin.biz

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROALIMENTARIOS DE LA LITERA
Carretera Binéfar, 60
22550 Tamarite de Litera (Huesca)
Tel.: 618-292610

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES ECOLÓGICOS BIODINÁMICOS DE LAS CINCO VILLAS
C/ Aurora, 7
50694 Pinsoro (Zaragoza)
Tel.: 976-673885

COLECTIVO DE ARTESANOS DEL PREPIRINEO
Avda. Ramón y Cajal, 22
50678 Uncastillo (Zaragoza)
Tel.: 976-679135
http://www.artesanosdelprepirineo.com

Nuevas orientaciones de la política europea de desarrollo rural

A propósito del nuevo Reglamento de Desarrollo Rural*

EDUARDO MOYANO ESTRADA

INSTITUTO DE ESTUDIOS SOCIALES AVANZADOS DE ANDALUCÍA (IESA)

CONSEJO SUPERIOR DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS (CSIC)

EMOYANO@IESAA.CSIC.ES

Si bien el interés por el mundo rural ha sido siempre una constante, el sentido de esta preocupación ha cambiado en las dos últimas décadas. En el ámbito de la opinión pública se aprecia hoy un proceso nuevo de ruralización, distinto del tradicional interés por un mundo rural percibido antaño como aislado y distante y al que se le identificaba casi exclusivamente con la actividad agraria y la cultura campesina –sea en su dimensión conflictiva en las zonas de la gran agricultura extensiva, sea en su dimensión de orden y estabilidad en las zonas de la pequeña agricultura familiar–. Fuentes

de reconocida solvencia, como el Eurobarómetro de la Unión Europea o el Agrobarómetro de Andalucía, corroboran este cambio de actitud de la opinión pública respecto al mundo rural. Concretamente, los datos proporcionados por esta segunda fuente en su encuesta de 2004 señalan que tres de cada cuatro andaluces se interesan por el mundo rural, pero casi la mitad no lo identifican ya con la agricultura, sino con el paisaje, el medio ambiente, el ocio, el aire puro o la vida sana, proporción aún mayor en los estratos de población más joven y con niveles de estudios más elevados.

Paralelamente, los problemas relacionados con las zonas rurales se han ido incorporando al ámbito político en un proceso similar de nueva ruralización, siendo tratados ahora como problemas diferentes de los tradicionalmente relacionados con la agricultura. La creación de departamentos de desarrollo rural en la administración pública o la aprobación de leyes nacionales o regionales y de reglamentos europeos denominados de ese modo para distinguirlos de las normativas propias de la política agraria, ponen de manifiesto la nueva ola de ruralización antes mencionada. Basta con leer los programas electorales de los partidos políticos o escuchar los discursos de sus líderes y dirigentes para comprobar el cambio experimentado en la percepción que hoy se tiene sobre el mundo rural y sobre el rol a desempeñar por la agricultura en el desarrollo de las comunidades que residen en esos territorios.

Sin embargo, ese avance de la conciencia social y política por lo que ocurre en el mundo rural no se ha visto hasta ahora reflejado en la consolidación de una política europea de desarrollo rural, autónoma y diferenciada de la PAC (Política Agraria Común). Lo que ha habido son acciones de corto alcance, limitadas a ámbitos territoriales específicos y adoptadas o bien como iniciativas experimentales de la propia Comisión Europea –como ha ocurrido con el programa Leader– o bien como programas operativos dentro de los planes nacionales de desarrollo –como ha sido el caso de los programas Proder–. Junto a esas acciones se han puesto en marcha programas europeos (como el Equal o el Intereg) que sin el apelativo “desarrollo rural” han tenido efectos evidentes sobre la equidad y la cohesión social y territorial de las zonas rurales. Lo mismo ha ocurrido con los programas destinados a la gestión de los espacios naturales protegidos, algunos de ellos verdaderos programas de desarrollo sostenible, con efectos indudables sobre las comunidades rurales circundantes. Por último, no hay que olvidar las iniciativas de desarrollo que, sin el amparo de programas públicos, han tenido éxitos notables en algunas zonas rurales gracias al liderazgo de la clase política local y a la cultura emprendedora de la sociedad civil.

Para apoyar esta tesis de la ausencia de una verdadera política europea de desarrollo rural basta señalar que el Reglamento 1.257/99 del Consejo, resultante de la Agenda 2000 y titulado (confusamente) de Desarrollo Rural, era en realidad un reglamento enmarcado en el ámbito de la clásica política de estructuras agrarias, si bien con algunas novedades –como la inclusión de los programas agroambientales, que antes eran regulados por un reglamento específico–. Puede decirse que este Reglamento, al estar dirigido exclusivamente a los agricultores, se inspiraba en una concepción que enfatiza la importancia de la agricultura para el desarrollo rural, en el sentido de considerar que las acciones que promovía (modernización de explotaciones agrarias, renovación generacional, instalación de jóvenes agricultores, introducción de nuevos sistemas de producción agrícola y ganadera, medidas agroambientales,...) serían beneficiosas para el desarrollo de las zonas rurales en la medida en que lo fuesen para los agricultores. Estábamos, por tanto, ante una concepción restringida del desarrollo rural (que podríamos denominar “agraria”), aún presente en los ámbitos de la agricultura y las organizaciones profesionales, según la cual la actividad agraria sigue siendo el motor del desarrollo de las zonas rurales, y la política agraria debe continuar como una política autónoma destinada a fortalecer el potencial productivo de la agricultura (ver Tabla no 1). Para esta concepción, la multifuncionalidad de la agricultura es su principal contribución al desarrollo rural, incorporando las nuevas nociones de sostenibilidad, eficiencia y competitividad.

Paralelamente a la aplicación del mencionado Reg. 1257/1999, y en el marco de los programas Leader y Proder, se ha ido consolidando una concepción diferente del desarrollo rural, una concepción denominada “territorial” por estar orientada no a un sector, sino al territorio, y por dirigirse no a los agricultores, sino al conjunto de la población rural (ver de nuevo la Tabla no 1). Para esta concepción, la agricultura ya no sería el motor del desarrollo de las zonas rurales al existir otras actividades de mayor relevancia en la generación de empleo y en la dinamización de la economía; en lo que se refiere al tema de la multifuncionalidad, no sería un atributo de la agricultura, sino de los espacios rurales. Respecto a la política agraria, la concepción territorial considera que debe ser subsumida en el marco de una política de desarrollo territorial que impulse la diversificación de actividades y dote a los territorios de infraestructuras y equipamientos suficientes para que la población se mantenga en los espacios rurales en condiciones de calidad acordes con los parámetros de la sociedad del bienestar.

Propiciados por los acuerdos alcanzados en la Conferencia de Salzburgo (noviembre de 2003) y enmarcados en la última reforma de la PAC (reforma Fischler, por alusión al Comisario de Agricultura), los debates para la aprobación del nuevo Reglamento de Desarrollo Rural –que sustituye al mencionado Reg. (UE) 1.257/99– y su posterior aplicación están girando precisamente en torno a esas dos concepciones del desarrollo rural (una, “agraria”; y otra, “territorial”). En esos debates surgen interesantes posiciones sobre el modo más apropiado de articular ambas concepciones, no faltándoles razones a los que argumentan en uno u otro sentido, ni tampoco a los que se sitúan en una posición intermedia (que podríamos denominar “agro-territorial”) (ver de nuevo la Tabla no 1). Estos últimos parten de la base de que la política agraria no es una política homogénea, que deba ser analizada como un todo, sino una política diferenciada en sus acciones y en sus destinatarios y en la que confluyen (no siempre en armonía) dos objetivos: de un lado, promover un modelo de explotaciones modernas, orientadas al mercado y gestionadas como empresas bajo una lógica de competitividad y eficiencia productiva, cada vez más desvinculada del territorio circundante; y de otro, apoyar a un tipo de agricultura estrechamente integrada en el territorio y basada en explotaciones orientadas también al mercado, pero gestionadas según una lógica de generación de empleo (por lo general, autoempleo) y de reproducción de la mano de obra familiar.

Hay múltiples ejemplos de que la política agraria funciona intentado conciliar esos dos objetivos (la propia PAC y sus tensiones internas así lo pone de manifiesto). Los que se sitúan en esta posición intermedia (“agro-territorial”) creen que la política agraria debe intentar conciliar estos dos objetivos, y que el de la competitividad y eficiencia productiva sigue siendo importante para algunas regiones donde la agricultura de carácter empresarial desempeña un papel fundamental en las zonas rurales al generar riqueza (no necesariamente en forma de empleo directo) y ser el sostén de la industria agroalimentaria. Pero entienden que son precisamente las acciones dirigidas a las explotaciones integradas en el territorio y con dificultades para ser competitivas en mercados abiertos (promoviendo la multifuncionalidad como vía para evitar su abandono) las que pueden incardinarse en el marco de las políticas de desarrollo rural al estar inspiradas en una filosofía similar a la de éstas (fijar población en el medio rural, mantener el empleo y promover el desarrollo sostenible). Sobre la base de este tipo de explotaciones se podría establecer un puente entre la política agraria y la política de desarrollo rural, puente bajo el que discurrirían acciones encaminadas a potenciar su vinculación con el territorio.

El objetivo de este artículo es tratar de tales asuntos a propósito de los debates suscitados en torno a la propuesta de nuevo Reglamento de Desarrollo Rural presentada por la Comisión Europea y aprobada por el Consejo de Ministros de Agricultura de la UE reunido en Luxemburgo el pasado mes de junio. Ello se hará a partir de lo que nos dicen las iniciativas europeas Leader y los programas Proder aplicados en España, unas iniciativas y programas sobre los que se dispone ya de información suficiente acerca de sus resultados más significativos como para utilizarlos de base para el debate. Los resultados de tales experiencias ponen de manifiesto que, una vez iniciadas las dinámicas de desarrollo y a medida que la población rural adquiere conciencia de los problemas que le afectan, se produce un salto cualitativo en sus demandas, de modo que los programas e iniciativas de carácter limitado, del tipo Leader o Proder, resultan insuficientes para satisfacerlas. Se pasa así a una fase en la que el tema del desarrollo rural se incardina en políticas integrales de desarrollo regional, y el ámbito local de actuación se integra en una perspectiva territorial más amplia. El debate sobre el nuevo Reglamento debe, por tanto, girar en torno a si supone o no un avance en esta línea y si el diseño institucional que propone es viable en el marco real de las dinámicas que acontecen en las zonas rurales. El contenido del artículo se expondrá analizando, en primer lugar, el contenido del nuevo Reglamento de Desarrollo Rural, para pasar, en segundo lugar, a realizar unas reflexiones sobre sus posibles implicaciones, tanto en lo que se refiere a las estrategias de los actores que intervienen en la aplicación del mismo, como a la necesaria coordinación institucional que conlleva.

Tabla nº 1: Concepciones del desarrollo rural

	Rasgos característicos
AGRARIA	• La agricultura es el motor de desarrollo de las zonas rurales. • La PAC debe ser el eje prioritario del desarrollo de las zonas rurales y mantenerse como política autónoma. • La PAC debe ser la principal destinataria de los fondos europeos para el desarrollo rural (transfiriéndose recursos del primer pilar al segundo pilar). • La multifuncionalidad de la actividad agraria es la mejor prueba de su contribución al desarrollo rural. • Los objetivos de la política agraria deben estar orientados hacia la competitividad, la eficiencia y la sostenibilidad ambiental.
TERRITORIAL	• La agricultura no es el motor del desarrollo rural; hay otras actividades más relevantes. • El desarrollo rural debe basarse en un enfoque territorial (no sectorial), ascendente (no descendente) y participativo (no elitista) mediante grupos de desarrollo. • El segundo pilar de la PAC debe ser integrado en una política de desarrollo rural orientada al territorio. • Debe crearse un fondo específico para el desarrollo rural gestionado de modo independiente a nivel de los territorios mediante planes estratégicos. • El concepto de multifuncionalidad se aplica al espacio rural y no a la agricultura. • Los objetivos de la política de desarrollo rural deben estar guiados por la generación de empleo, la fijación de población, la sostenibilidad y la calidad de vida.
AGRO-TERRITORIAL	• La agricultura es un elemento fundamental del desarrollo de las zonas rurales. • La política agraria se dirige a un colectivo diferenciado de agricultores: unos, con explotaciones modernas (que hay que potenciar para hacerlas más eficientes), y otros, con explotaciones no competitivas (que hay que proteger por razones sociales y territoriales). • La PAC es necesaria como política autónoma para mejorar la competitividad y eficiencia de las explotaciones (el segundo pilar debe mantenerse como política de estructuras agrarias). • Bajo el concepto de multifuncionalidad agraria, deben adoptarse actuaciones dirigidas a garantizar la reproducción de las pequeñas explotaciones no competitivas.

EL NUEVO REGLAMENTO DE DESARROLLO RURAL

Objetivos

El nuevo Reglamento de Desarrollo Rural aspira precisamente a clarificar la situación creada tras diez años de experiencias Leader en las zonas rurales y tras cinco años de aplicación del recién derogado Reg. 1.257/99 en el sector agrario. Y lo hace integrando las concepciones agraria y territorial en torno al segundo pilar de la PAC (el relativo a la política de estructuras agrarias), un pilar que, ampliado, pasa a convertirse así en el soporte sobre el que descansará la futura política europea de desarrollo rural. De este modo pretende evitar la disociación observada durante estos años entre, de un lado, la agricultura y, de otro, el desarrollo rural, procurando recuperar la dimensión territorial de la actividad agraria, e incorporando la dimensión agraria en las estrategias territoriales de desarrollo.

En este sentido podríamos decir que la Comisión Europea (que elaboró la propuesta) y el Consejo de Ministros de Agricultura (que aprobó el nuevo Reglamento) han optado por la vía intermedia del desarrollo rural (la que hemos denominado “agro-territorial”), no sabemos si convencidos de ser ésta la mejor forma de afrontar los problemas del mundo rural y de integrar en ellos los temas agrarios o simplemente por razones de ingeniería financiera (los recursos para financiar las acciones contempladas en el nuevo Reglamento proceden en su mayor parte de los fondos agrícolas). Sea como fuere, se crea un fondo específico, el FEADER (Fondo Europeo para la Agricultura y el Desarrollo Rural), separado del FEOGA (que pasa a denominarse FEGA para financiar el primer pilar de la PAC, es decir la política de mercados). Los recursos de este nuevo Fondo se forman principalmente con parte de los del antiguo FEOGA, a los que se podrán añadir los procedentes de los fondos estructurales FEDER (Fondo Europeo de Desarrollo Regional), FSE (Fondo Social Europeo) e IFOP (Fondo Europeo para la Ordenación Pesquera), lo que da idea de la perspectiva amplia con la que se aborda el tema del desarrollo rural en la propuesta.

Aun reconociendo la escasa dotación de que dispone el FEADER (88.750 millones de euros para el conjunto del periodo 2007-2013) , el nuevo Reglamento supone un avance en la consolidación de una verdadera política de desarrollo rural en la UE, dejando en manos de los gobiernos nacionales un amplio margen de maniobra para su aplicación en cada territorio. Es un Reglamento que está, además, en sintonía con la mayor parte de las conclusiones de la ya mencionada Conferencia de Salzburgo y de los Consejos Europeos de Lisboa (celebrado en marzo 2000, donde se enfatiza el objetivo de convertir a la UE en una zona altamente competitiva) y Gotemburgo (junio 2001) (que pone el énfasis en la protección del medio ambiente y el desarrollo sostenible), así como de los objetivos de las Perspectivas Financieras para el periodo 2007-2013 (aumentar la competitividad del sector agrario, mejorar el medio ambiente, mejorar la calidad de vida en las zonas rurales y fomentar la diversificación económica).

Contenido

Entrando en el contenido del nuevo Reglamento, observamos tres ejes en torno a los cuales se articularán las distintas acciones de desarrollo rural, y un cuarto eje, transversal, para promover la extensión de la metodología ascendente y participativa (enfoque Leader) al resto de los ejes (ver Esquema no 1). Para cada uno de ellos se fija un porcentaje mínimo de financiación por parte de la UE a través del mencionado fondo FEADER, a lo que se unirán los recursos que cada Estado decida destinar (bien de lo obtenido con

la modulación de las ayudas del primer pilar de la PAC o de sus propios presupuestos).

El Primer Eje (al que se le fija un porcentaje mínimo del 10% de los recursos del FEADER) persigue dos objetivos. El primero es mejorar la competitividad de la agricultura mediante la clásica política de estructuras agrarias dirigida a incrementar el capital físico (es decir, la eficiencia productiva de las explotaciones) y el capital humano (es decir, el nivel de formación y cualificación profesional de los agricultores). El segundo objetivo es mejorar la calidad de las producciones, promoviendo sistemas de producción basados en la calidad. Algunos ejemplos de acciones que podrían incluirse en este primer eje son los siguientes: mejora de la eficiencia del regadío en las explotaciones agrarias; modernización de la maquinaria y el equipamiento agrícolas; introducción de nuevas variedades de cultivos o nuevas orientaciones productivas para sustituir las tradicionales en zonas de monocultivos (por ejemplo, sustituir el cultivo del algodón por otros de mejores perspectivas comerciales); modernización de las instalaciones ganaderas y del sistema de estabulación; programa de incentivos para la instalación de jóvenes en la agricultura y de ayudas para promover la jubilación anticipada de los agricultores de mayor edad; incentivos para integrar las producciones de una explotación agrícola o ganadera en el marco de una denominación de calidad.

El Segundo Eje (que tiene asignado un porcentaje mínimo de financiación del 25% de los recursos del FEADER) tiene también dos objetivos. El primero se refiere la gestión sostenible de las explotaciones agrarias, mediante las acciones incluidas en el programa agroambiental, como la introducción de prácticas más respetuosas con el medio ambiente (cuyos principales ejemplos serían la agricultura ecológica, la agricultura de conservación o la producción integrada) y la introducción de razas ganaderas en peligro de extinción, a lo que habría que unir las acciones de reforestación de las tierras agrícolas. El segundo objetivo está relacionado con la gestión sostenible de los territorios a través de la Red Natura 2000 (que es la red de espacios europeos donde se imponen ciertas restricciones al aprovechamiento agrícola de los mismos, condicionando la actividad de los agricultores cuyas explotaciones estuvieran ubicadas en el entorno de tales espacios naturales).

Esquema nº 1: Ejes de actuación del Reglamento de Desarrollo Rural y porcentajes mínimos de financiación con cargo al FEADER (*)	
EJES DE ACTUACIÓN	OBJETIVOS
PRIMER EJE (10% de financiación mínima)	• Mejora de la competitividad de la agricultura. • Mejora de la calidad de las producciones alimentarias.
SEGUNDO EJE (25% de financiación mínima)	• Gestión sostenible de las explotaciones agrarias (programa agroambiental,...) y forestales. • Gestión sostenible de los territorios (Red Natura 2000).
TERCER EJE (10% de financiación mínima)	• Diversificación de actividades económicas. • Mejora de la calidad de vida en el medio rural.
CUARTO EJE (5% de financiación mínima)	• Extensión del enfoque Leader a los tres ejes anteriores. • Constitución de grupos de desarrollo rural.

(*) Los porcentajes mínimos suman 50%. Los gobiernos nacionales pueden elevar esos porcentajes distribuyendo a su criterio entre los distintos ejes el 50% restante de los recursos asignados por el FEADER a cada Estado miembro.

El Tercer Eje (con un porcentaje mínimo del 10% del FEADER) se orienta hacia los objetivos de diversificar las actividades económicas en el medio rural (promoviendo actividades no agríco-

las, apoyando la creación de pequeñas empresas, protegiendo el patrimonio natural, fomentando el turismo rural,...) y de mejorar la calidad de vida de su población (garantizando servicios básicos y equipamientos). Es un eje que se inspira en la experiencia acumulada por los “grupos de acción local” del programa Leader, grupos donde se han implementado interesantes proyectos de desarrollo permitiendo la emergencia de iniciativas empresariales a nivel de los territorios rurales. Con la creación de este eje se institucionaliza lo que eran iniciativas de carácter piloto y experimental propiciadas por la Comisión Europea, integrando de modo definitivo la dimensión territorial en la nueva política de desarrollo rural.

La implementación de esos tres ejes se haría siguiendo el enfoque ascendente y participativo que tan buenos resultados ha dado en los diez años de iniciativa Leader. En este sentido, el nuevo Reglamento se refiere al cuarto eje antes mencionado, un eje que es en realidad un eje transversal al que se le asigna recursos (un 5% de porcentaje mínimo de financiación) para poder extender el enfoque y filosofía Leader a la aplicación de las acciones comprendidas en los tres ejes. Los Estados gozarán de un amplio margen de maniobra para concretar la metodología de aplicación y fijar sus prioridades en materia de política de desarrollo rural, ya que podrán gestionar con flexibilidad los recursos que reciban del FEADER aumentando en mayor o menor medida los citados porcentajes mínimos de financiación de cada eje e inyectándoles recursos propios a través de la cofinanciación nacional.

En definitiva, la propuesta de nuevo Reglamento integra las dos concepciones del desarrollo rural: la agraria (articulada en el primer eje y en parte del segundo, y dirigida a los agricultores como sus exclusivos beneficiarios) y la territorial (articulada en parte del segundo eje y en el tercero, y dirigida al conjunto de la población rural). Con ello se pretende evitar el divorcio entre agricultores y no agricultores generado en la confusa situación actual, donde los primeros (los agricultores) sólo se interesan por las ayudas directas del primer pilar de la PAC y por los incentivos propiciados por el segundo pilar para la mejora de las explotaciones agrarias, y los segundos (la población rural no agraria) centran su atención en las ayudas ofrecidas por la iniciativa Leader y el programa Proder.

LOS ACTORES SOCIALES ANTE LA APLICACIÓN DEL REGLAMENTO

En torno al contenido del Reglamento surge un interesante debate, en el que se ponen de manifiesto los recelos y desconfianza mutua entre los distintos grupos implicados en el desarrollo de las zonas rurales. Por un lado, los agricultores y sus organizaciones ven el Reglamento como un trasvase de fondos desde el primer pilar de la PAC a un amplio (y heterogéneo) segundo pilar, cuyos recursos (escasos) tendrán que compartir ahora con otros actores y grupos de intereses (propietarios forestales, emprendedores rurales,...) en detrimento, según temen, de las acciones dirigidas a la mejora y modernización de las explotaciones agrarias. Por otro lado, los “grupos de acción local”, y las redes donde se integran, recelan del poder de las organizaciones profesionales agrarias y de su larga connivencia con los departamentos de agricultura de las distintas administraciones (que probablemente serán los que gestionarán la aplicación del nuevo Reglamento), temiendo que sean estas organizaciones las que presionen a los Gobiernos para aumentar el porcentaje mínimo del primer eje y acaparar la mayor parte de los recursos disponibles (principalmente los que correspondan a la parte de cofinanciación nacional, cuyos recursos, como se ha señalado, saldrán en gran medida de la modulación de las ayudas del

primer pilar de la PAC y del art. 69 de la reforma Fischler) . Tanto las organizaciones agrarias como las redes de desarrollo rural ven, además, con preocupación cómo la inclusión de la Red Natura 2000 en el segundo eje supondrá detraer gran parte de los recursos del FEADER para financiar ese costoso programa medioambiental, un programa que hasta ahora no había estado incluido en el ámbito de la política de desarrollo rural. A esa preocupación se le une la ya mencionada escasa dotación del FEADER, más grave aún si consideramos que ha de aplicarse en un escenario ampliado a los nuevos territorios rurales de los Estados recién incorporados a la UE.

Por eso, bajo la presión de algunas de las redes formadas por los actuales “grupos de acción local” (insatisfechas con que el Leader se contemple en el Reglamento como un simple enfoque o metodología que deba impregnar a los tres ejes), se ha incluido el cuarto eje (con su correspondiente porcentaje de financiación asegurado) para recoger de un modo específico la dimensión innovadora de la iniciativa Leader, garantizándose la continuidad de dicha iniciativa y de los grupos que la sustentan . La argumentación utilizada por estos grupos se basa en considerar que en muchas zonas rurales la iniciativa Leader no ha tenido todavía tiempo de mostrar su potencial de dinamización, siendo, por ello, necesario que continúe aplicándose como hasta ahora. Sea como fuere la solidez del argumento, lo cierto es que, al incluirlo como un nuevo eje, el programa Leader dejaría de ser una iniciativa experimental (y por tanto provisional) de la Comisión, institucionalizándose como programa de actuación dentro de la nueva política europea de desarrollo rural.

Este planteamiento origina controversia en el debate sobre el nuevo Reglamento, pues, para algunos grupos de opinión no tiene sentido darle un tratamiento específico al programa Leader, ya que la misión de este programa habría finalizado ya tras diez años de iniciativa piloto y experimental, misión coronada con el éxito al ser incorporada su filosofía ascendente y participativa a los tres ejes de la nueva política de desarrollo rural. Para estos grupos de opinión, la inclusión del programa Leader como un cuarto eje del Reglamento no sería más que resultado del empecinamiento de las redes de “grupos de acción local” para, con una visión corporativista, mantener su espacio de poder frente al que representan las organizaciones agrarias y cooperativas, empecinamiento, afirman, que sólo serviría para abrir aún más el divorcio ya existente entre agricultores y no agricultores en la gestión de los espacios rurales. En sintonía con esta argumentación, lo lógico sería, señalan estas opiniones, haber mantenido por un periodo adicional la iniciativa Leader en determinadas zonas, y no incorporarla como cuarto eje dentro del nuevo Reglamento. En todo caso señalan que el tercer eje (diversificación de actividades) recoge ya gran parte de las actuaciones que se vienen realizando en el marco de los programas Leader, y que quizá lo conveniente sería elevar su porcentaje mínimo de financiación, ampliar el ámbito de sus acciones y asegurar que su aplicación se haga mediante el enfoque ascendente y participativo que le caracteriza.

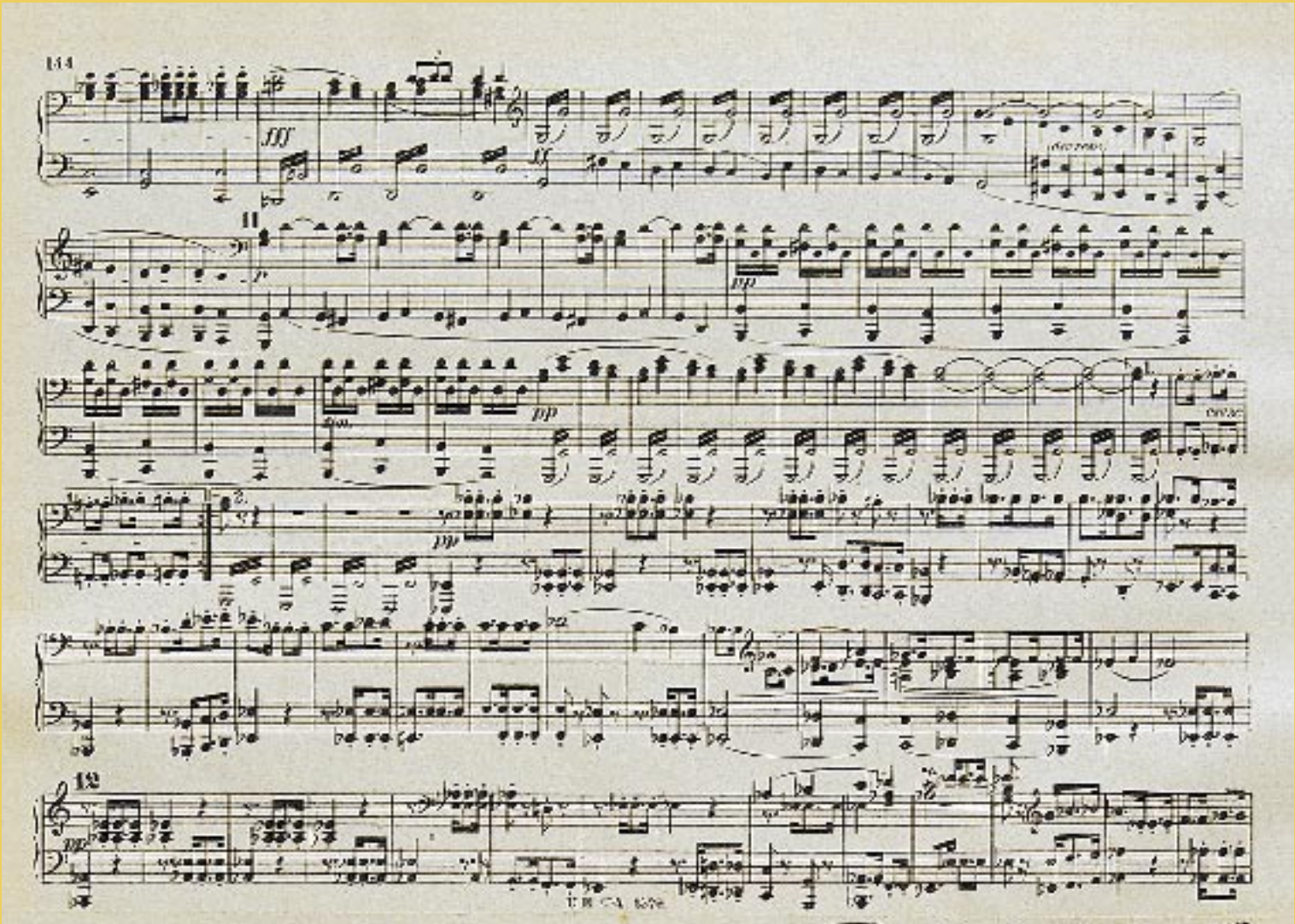
Otro elemento del debate se refiere al modo de interpretar la propuesta de que el método Leader impregne a todos los ejes a la hora de poner en marcha las correspondientes acciones. Hasta ahora el enfoque Leader se ha venido identificando con los actuales “grupos de acción local”, lo que lleva a pensar que la extensión de ese enfoque significaría o bien crear nuevos grupos (adaptados a las características de las acciones de cada eje) o bien ampliar las funciones de los grupos ya existentes para canalizar a través de ellos las iniciativas que se tomen en los tres ejes de actuación. Las

tres organizaciones profesionales agrarias (ASAJA, COAG y UPA) se oponen al unísono a que las acciones del primer eje (las relativas a la competitividad y mejora de la agricultura, como, por ejemplo, la instalación de jóvenes agricultores o los planes de mejora de las explotaciones) tengan que canalizarse a través de los actuales “grupos de acción local”, proponiendo que sigan aplicándose tal como se viene haciendo hasta ahora, es decir, con modelos descendentes y sectoriales dirigidos al agricultor (sea individualmente o en forma cooperativa). No obstante, en lo que respecta a las acciones del segundo eje (las relativas a la gestión territorial de las explotaciones, como, por ejemplo, el programa agroambiental, la reforestación de tierras agrícolas o la parte agraria de la red Natura), no hay tal unanimidad entre las organizaciones profesionales. Mientras ASAJA se opone también a que se aplique el método Leader en este segundo eje (prefiere que esas acciones se sigan aplicando como hasta ahora), UPA y COAG debaten con interés la idea de innovar en este sentido y de que, en torno a dichas acciones, pueda establecerse un nexo de unión entre las concepciones agrarias y territoriales del desarrollo rural mediante la presencia activa de los agricultores en los “grupos de acción local” (prefieren llamarlos “grupos de desarrollo rural” para remarcar que no han de ser una mera continuidad de los actuales “grupos”).

IMPLICACIONES SOCIALES E INSTITUCIONALES

El nuevo Reglamento de Desarrollo Rural supone un cambio en profundidad en los planteamientos hasta ahora vigentes y en el contexto de oportunidades en que se mueven los distintos grupos de intereses de la sociedad rural, lo que permite prever importantes efectos en sus estrategias y formas de articulación. De una parte, los agricultores y sus organizaciones tendrán que modificar sus estrategias (centradas hasta ahora en el primer pilar de la PAC) para participar activamente en las nuevas dinámicas que han de surgir en torno al desarrollo rural. Los agricultores no deberían temer la concepción agroterritorial del desarrollo rural implícita en el nuevo Reglamento, sino todo lo contrario, ya que, sin renunciar a tomar las decisiones pertinentes para la mejora de la competitividad y el logro de la eficiencia productiva en sus explotaciones (decisiones que encontrarían apoyo en el marco de la PAC y en el primer eje del Reglamento), se les abriría nuevas oportunidades para abordar iniciativas en línea con el principio de la multifuncionalidad (iniciativas que pueden ser tomadas tanto por las grandes como por las pequeñas explotaciones). En definitiva, los agricultores podrán aprovechar las oportunidades de la política de desarrollo rural en tanto que ciudadanos residentes en el medio rural que adoptan iniciativas beneficiosas para el conjunto de la comunidad. La responsabilidad de las organizaciones profesionales agrarias en este debate es grande dada su capacidad de influencia en la opinión de los agricultores. De ahí que sus dirigentes debieran ver con lucidez y con una perspectiva de largo plazo la potencialidad de las nuevas orientaciones de la política de desarrollo rural. Hay que tener en cuenta que las bases sociales de las tres organizaciones (ASAJA, UPA y COAG) son muy heterogéneas (ver nota no 11 a pie de página), y que la defensa de los intereses de los agricultores a los que representan pasa tanto por concentrar esfuerzos en el primer pilar de la PAC (cada vez más restrictivo), como por ampliar sus acciones hacia el segundo pilar (en el que la profesión de agricultor encontrará una nueva legitimidad social).

De otra parte, los “grupos de acción local”, especializados hasta ahora en gestionar los programas Leader y Proder con una óptica fundamentalmente municipalista, tendrán que recomponerse a nivel interno para dar entrada a los nuevos actores que emer-



gerán propiciados por el Reglamento (agricultores y organizaciones agrarias, cooperativas, organizaciones ecologistas, industrias agroalimentarias, propietarios forestales, empresarios de turismo rural,...). Impregnar de la filosofía participativa y ascendente del enfoque Leader las distintas acciones de desarrollo rural (tanto las agrarias como las no agrarias) tiene importantes implicaciones, pues supone transformar la naturaleza y funciones de los actuales “grupos de acción local” (que tendrán que gestionar programas de mayor complejidad y diversidad), modificar su funcionamiento (tal vez creando secciones especializadas) y ampliar, como se ha señalado, su composición.

La perspectiva amplia del desarrollo rural en la que se inspira el nuevo Reglamento plantea también importantes retos institucionales. Uno de ellos es el de la creación de nuevas agencias públicas capaces de coordinar las distintas actuaciones administrativas y de promover marcos adecuados de concertación con los actores sociales y económicos implicados. Hay quienes alertan ya de los riesgos de seguir canalizando las nuevas políticas de desarrollo rural a través de los ministerios o departamentos de agricultura, sobre todo si se tiene en cuenta que estas nuevas políticas parten de una concepción del mundo rural distinta de la que caracteriza a esos departamentos. En sus advertencias señalan el hecho de que las nuevas orientaciones del desarrollo rural se basan en que una agricultura modernizada no puede por sí sola generar ni el empleo ni la riqueza necesaria para el desarrollo de las zonas rurales, sino que es imprescindible movilizar todos los recursos (endógenos y exógenos) para afrontar los problemas de estas zonas desde una perspectiva integral. Por el contrario, señalan, en los departamentos de agricultura sigue estando presente la idea de que es necesario seguir avanzando en la modernización de la agricultura (aun-

que no genere empleo) y que el desarrollo rural debe descansar en un sector agrario eficiente para responder a las demandas de los consumidores. Mientras que para los departamentos de agricultura el segundo pilar de la PAC debe girar en torno a una política (renovada) de estructuras que ponga a las explotaciones agrarias en disposición de ser competitivas, las nuevas orientaciones de las políticas de desarrollo rural incorporan una visión territorial del desarrollo para cuya implementación se requieren agencias administrativas formadas por técnicos de distintos perfiles formativos (geógrafos, economistas, antropólogos, ambientalistas, ingenieros forestales y agrónomos).

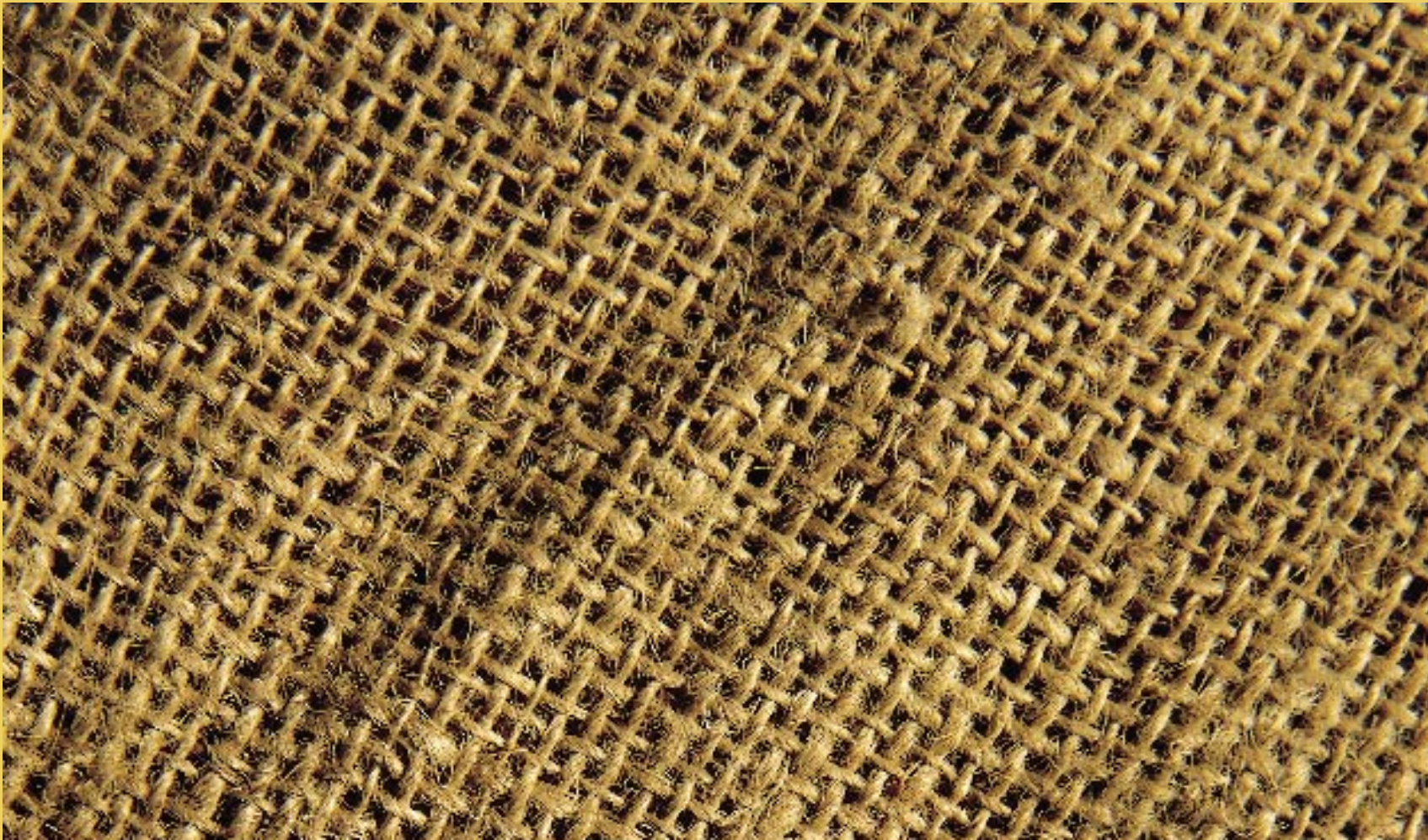
ALGUNAS IDEAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL REGLAMENTO

Al analizar el nuevo Reglamento de Desarrollo Rural, y con independencia del debate suscitado entre los grupos implicados, surgen algunas dudas sobre su viabilidad práctica, dudas que permiten atisbar algunas dificultades en su implementación. Es evidente que en el Reglamento se integran tres lógicas (cada una con sus correspondientes requerimientos institucionales) que pueden resultar difícilmente conciliables en la práctica si no existe clara voluntad política: una lógica orientada a la competitividad (la del primer eje); otra destinada a promover el desarrollo sostenible (la del segundo eje), y una tercera dirigida a la generación de empleo mediante la diversificación de actividades (la del tercer eje).

Se puede pensar que la aplicación de cada uno de esos ejes irá acompañada del protagonismo de actores sociales diferentes y requerirá distintos armazones institucionales y grados también diferentes de implicación del sector público y de la sociedad civil.

Así, en el primer eje cabe esperar que sus principales protagonistas sean los agricultores (sobre todo, los titulares de explotaciones modernas y potencialmente competitivas) y que su aplicación requiera la presencia activa de los departamentos de agricultura, poniendo a disposición de aquéllos una infraestructura de apoyo técnico y administrativo (preferiblemente en colaboración con las organizaciones profesionales agrarias y las cooperativas). Respecto al segundo eje, el protagonismo también será de los agricultores (principalmente, los residentes en zonas de montaña y, en general, los titulares de explotaciones no competitivas, que encontrarán en el programa agroambiental una vía para complementar sus rentas), aunque compartido con otros grupos (como los propietarios de bosques y los vinculados a los espacios naturales de la Red Natura 2000), y su aplicación requerirá la presencia activa de los departamentos de agricultura, pero también de los de medio ambiente. En el tercer eje el protagonismo corresponderá a un amplio y heterogéneo elenco de actores sociales (organizaciones agrarias, cooperativas, emprendedores y nuevos profesionales autónomos instalados en el medio rural, responsables políticos locales, movimientos de jóvenes rurales, asociaciones de mujeres, grupos ecologistas, ...) integrados en una estructura de participación similar a la generada en el seno de los programas Leader. La duda que surge es si esas tres lógicas y ejes de actuación (y los actores que las acompañan) podrán funcionar adecuadamente en un solo marco institucional inspirado en el enfoque Leader (una especie de grupos de acción local ampliados), como parece proponer el nuevo Reglamento, o si sería más conveniente promover la creación de instancias específicas para cada uno de ellos. Esta es una decisión importante, que debería ser objeto de una seria reflexión, pues se corre el riesgo de que el peso de la inercia y la presión de los grupos de intereses acaben troceando el Reglamento, perdiéndose la oportunidad de aplicarlo con una voluntad de innovar en la implementación de las políticas aplicadas hasta ahora de un modo disociado en la agricultura y el mundo rural. La virtud del nuevo Reglamento radica en que ofrece la oportunidad de integrar las dimensiones agraria y territorial en las políticas de desarrollo de las zonas rurales, y para ello se necesita una clara y decidida voluntad de los poderes públicos que evite el riesgo de una nueva disociación entre la política agraria y la política rural.

Cabe ofrecer una propuesta de síntesis, guiada por la convicción de que es necesario ir avanzando en la construcción de un nuevo partenariado entre agricultores y no agricultores en el mundo rural, pero también guiada por el pragmatismo para hacerla factible. Parece sensato pensar que gran parte de las acciones del primer eje (por ejemplo, los planes de mejora de las explotaciones) deban seguir aplicándose, como hasta ahora, con métodos descendentes (sin enfoque Leader), pero sin que ello cierre la posibilidad de que algunas de esas acciones puedan canalizarse a través de los “grupos de acción local” en aquellos territorios donde se considere necesario (de hecho, ya se viene haciendo, por ejemplo, con las actuaciones relativas a los proyectos ligados al desarrollo de pequeñas industrias agroalimentarias en el ámbito rural). En este sentido, se podría asegurar una financiación mínima (el porcentaje del 10% que fija el Reglamento) a las acciones aplicadas con la tradicional metodología descendente, y comprometer que toda financiación adicional en este primer eje sea destinada a acciones a desarrollar de forma innovadora con el enfoque ascendente y participativo. Pensemos por ejemplo en los programas de instalación de jóvenes, que tan deficientes resultados han tenido con la metodología descendente y que podrían ser aplicados con nuevos métodos, más participativos y más acordes con las demandas reales de la población y con las necesidades del relevo y renovación generacional. Lo



mismo podría decirse sobre los programas de formación, cuyos contenidos requieren una verdadera adecuación a los nuevos perfiles profesionales que demanda una agricultura competitiva y eficiente en la utilización de los recursos.

En lo relativo a las acciones del segundo eje, sin embargo, habría que ser innovadores y apostar por hacer de este eje el nexo de unión entre la agricultura y el territorio, entre los agricultores y el resto de la población rural, siendo los actuales “grupos de acción local” el ámbito de encuentro. En esta línea argumental, los “grupos de acción local” (reestructurados en su composición y funciones y con presencia activa de los agricultores) recuperarían una dimensión agraria (hoy bastante marginal dentro de los “grupos”) tan necesaria para el desarrollo de muchas zonas rurales. Estos renovados “grupos” (cabría denominarlos ya “grupos de desarrollo rural” para dar una señal de que no tienen por qué coincidir con los actuales “grupos de acción local”) podrían convertirse en ámbitos de debate donde definir, mediante planes estratégicos y de acuerdo con el principio de la multifuncionalidad, las grandes líneas directrices de la agricultura en cada territorio según sus necesidades, exigencias y singularidades. Tales planes estratégicos serían trasladados a la instancia correspondiente de la administración pública para recabar su apoyo económico y formulación jurídica, de modo que puedan implementarse en forma de acciones y proyectos concretos por el agricultor a través de contratos o acuerdos territoriales de explotación.

CONCLUSIONES

La política de desarrollo rural comienza a consolidarse como una política diferenciada de la PAC, integrando de manera global los problemas del mundo rural y respondiendo a las nuevas demandas de una sociedad como la europea que, al haber alcanzado la

autosuficiencia alimentaria y unos niveles elevados de bienestar, se plantea ahora cómo hacer viable la continuidad del modelo equilibrado entre campo y ciudad, que ha sido uno de los grandes patrimonios de la cultura europea y uno de los elementos básicos de su cohesión social. Las nuevas orientaciones de la política de desarrollo rural tienden precisamente a evitar que los efectos no queridos del mercado acaben por romper ese equilibrio territorial, y para ello pretende ser un instrumento para dinamizar las iniciativas económicas y garantizar la equidad en las zonas menos favorecidas. Todo eso se plantea en un escenario complejo a nivel interno (la ampliación de la UE, nuevas demandas de los consumidores, nuevas prioridades en las agendas políticas,...) y externo (la creciente deslegitimación de la PAC en los foros internacionales de ayuda al desarrollo, el cierre de la ronda de la OMC iniciada en Doha,...)

El nuevo Reglamento de Desarrollo Rural puede ser un paso adelante en esta línea, donde, partiendo de las positivas experiencias proporcionadas por el enfoque Leader, se vaya articulando una política de desarrollo dirigida a incentivar las iniciativas surgidas del conjunto de la población rural (agraria y no agraria). Es un hecho que los diez años de experiencia Leader han permitido a la población de las zonas rurales tomar conciencia de los problemas que les afectan y comprender que la resolución de los mismos trasciende el ámbito restringido de las tradicionales políticas de desarrollo rural (ascendentes y participativas), políticas que, si bien son necesarias, resultan insuficientes para afrontar los nuevos retos.

Las nuevas orientaciones de las políticas de desarrollo rural van en la dirección de superar la fase de acciones limitadas, para integrar todo el conjunto de actuaciones que puedan contribuir a generar actividades económicas en el medio rural y mejorar la calidad de vida de su población. Son orientaciones incardinadas en una

concepción integral y dinámica del desarrollo donde el territorio, el paisaje, el medio ambiente, la economía productiva y las actividades recreativas y de ocio no son compartimentos estancos, sino partes de un todo interdependiente. En este sentido, en el marco de esas nuevas orientaciones se plantea combinar acciones en distintos ámbitos: la dinamización de la población rural (induciendo capital social mediante fórmulas cooperativas), la cohesión social y territorial (aprovechando el potencial de programas del estilo del Equal o del Interreg, así como impulsando el trabajo en red entre comarcas), la formación y cualificación profesional (orientada a nuevos perfiles formativos para responder a las exigencias de la sociedad del conocimiento, pero también a la renovación de viejos oficios y actividades en claro peligro de extinción por falta de relevo generacional), la preservación del patrimonio cultural (entendiéndolo como una mezcla armónica de paisaje, arquitectura, artesanía, folklore y gastronomía), la agricultura (especialmente de las pequeñas explotaciones agrarias, según criterios de sostenibilidad y en sintonía con el principio de la multifuncionalidad), la industrialización rural (fomentando las pequeñas industrias y promoviendo el aprovechamiento de las fuentes de energía renovable), el medio ambiente (buscando un adecuado equilibrio entre la lógica de conservación y la de explotación productiva de los recursos naturales, incluyendo los vinculados al sector forestal) y el turismo rural (según una concepción integral de la oferta turística).

Todas esas acciones deben ir acompañadas de la necesaria intervención de los poderes públicos, que, con criterios de equidad territorial y cohesión social, deben garantizar la infraestructura y equipamientos necesarios (en el área de la educación, la salud y el bienestar social) para que la población de las zonas rurales pueda aprovechar las oportunidades ofrecidas por el actual proceso de cambios. Sin esa intervención pública, las acciones surgidas desde la sociedad civil podrían contribuir no al desarrollo equilibrado de las zonas rurales, sino a acrecentar las desigualdades preexistentes en sus territorios.

La reforma de la PAC y el nuevo Reglamento de Desarrollo Rural suponen situar los temas agrarios y rurales en la agenda política de los gobiernos nacionales y regionales de la UE. Hasta ahora, la política agraria y rural de estos gobiernos se había limitado, salvo honrosas excepciones, a gestionar las ayudas procedentes de la UE en el marco de los dos pilares de la PAC o de la iniciativa Leader. Los temas agrarios y rurales parecían ser “asunto de Bruselas” escapando a los debates de la agenda política nacional. Hoy, los nuevos reglamentos de las OCMs reformadas y el del Desarrollo Rural introducen cambios sustantivos que amplían el margen de maniobra de los gobiernos nacionales y regionales para definir sus políticas agrarias y rurales. El desacoplamiento parcial o total de las ayudas directas y su modulación son cuestiones a decidir por los gobiernos, lo que hace que los temas agrarios se incorporen a la agenda política. Aún mayor será el margen de maniobra de los gobiernos nacionales y regionales en lo que se refiere a la aplicación del nuevo Reglamento de Desarrollo Rural, ya que deberán fijar la cuantía de los porcentajes destinados a cada uno de los ejes de actuación y establecer la parte de cofinanciación que le corresponde a cada Estado, además de concretar su metodología de aplicación. La prioridad que los gobiernos den a estos temas, además del grado de compromiso que estén dispuestos a asumir a la hora de combinar acciones procedentes de distintos ámbitos de la acción pública en pro del desarrollo de las zonas rurales (educación, salud, equipamientos, infraestructuras, servicios sociales,...), marcará su mayor o menor sensibilidad ante los problemas de unas áreas fundamentales para el equilibrio social y la cohesión territorial.



**Alimentos
con “C” de Calidad**



Alto Gállego-La Jacetania

Reciclar el primario

Las Comarcas de Jacetania y Alto Gállego, presentan en líneas generales una baja tasa de población activa ocupada en el sector primario, actividad que sin embargo cumple un importante papel de conservación y mantenimiento del paisaje de montaña, últimos exponentes de la cultura tradicional pastoril pirenaica. Parece cada vez más evidente que la apuesta de futuro va en la línea de producir alimentos de calidad y está claro que la carne certificada, vacuno y ovino especialmente, es una de las grandes bazas del territorio.

En este aspecto la actividad ganadera extensiva ha dado un paso más en **Casa Puértolas**, de Orós Alto (Tierra de Biescas). Lleva ya más de una década trabajando en la línea de agricultura ecológica, con la producción y venta de patata ecológica y más recientemente iniciaron con ayudas Proder también la producción y comercialización de carne ecológica de vacuno, resultado de un esfuerzo sostenido y una clara vocación de continuidad y profesionalización de su actividad agroganadera “de toda la vida”. Como ellos mismos comentan, pretenden “poder ofrecer esta carne de calidad en nuestra región, en nuestra zona, envasar en lotes al vacío y comercializar aquí, a ser posible, directamente al consumidor”.

A través de la Comarca Alto Gállego y de Adecuara han entrado en un proyecto Interreg III B de Apoyo a la Producción Agroalimentaria de Calidad con el objetivo de llegar a organizar una actividad de venta directa de carne, complementada con visitas para fidelizar al cliente, un sistema frecuente en el Pirineo francés, y con grandes posibilidades en esta zona, con una importante afluencia turística. En estos momentos, todos los esfuerzos se encaminan a organizar el sistema de despiece y venta, estudiando las posibilidades y visitando experiencias



Ganadería ecológica Casa Puértolas.

que cuentan ya con más de una década de funcionamiento en el país vecino.

Vidibunum surgió por el empuje de 10 socios, con muy variado perfil profesional. Les unía un objetivo común: generar valor añadido a una producción ganadera endógena y cerrar así el ciclo productivo en la comarca. Instalaron en 2001 en Berdún un taller artesanal de embutido, una de las pocas agroindustrias de la comarca. El proyecto fue creciendo y con las ayudas Proder pusieron en marcha una sala de secado, una zona de degustación y ampliaron el almacén y el área de envasado. Son ocho puestos de trabajo, la mayoría de ellos ocupados por mujeres, con el valor de estar situada en una zona eminentemente agraria.

Al igual que el anterior, a través de la Comarca de La Jacetania y de Adecuara, Vidibunum ha entrado en contacto con el citado Interreg con el objetivo de elaborar un plan de mejora de gestión, así como de desarrollo y



Vidibunum.

expansión comercial que afiance y dé solidez al proyecto, integrando de forma eficiente la actividad de transformación, de venta directa tanto al cliente como al pequeño comercio, además de la oferta de restauración que también forma parte del proyecto.

A Millor Companache

Tres mujeres con espíritu empresarial han creado la sociedad limitada A Millor Companache para, como indica su nombre en panticuto, el aragonés hablado en Panticosa, poner en marcha un establecimiento de elaboración y venta de comida casera para llevar.

Se trata de una iniciativa de autoempleo en la citada localidad tensina, pequeña porque ha requerido de una inversión cercana a los 36.000 euros con una subvención del 28%, pero importante, porque supone la creación de tres puestos de trabajo femeninos, además de crear un servicio de comida en el colegio.

Con esta prestación han venido a cubrir una necesidad que venía siendo demandada en la población por parte de distintos sectores y que ha sido muy bien acogida, ya que favorece especialmente a las madres trabajadoras, ofreciendo un servicio de calidad y confianza.

Aparte de esta actividad, se lleva a cabo la venta directa de los distintos platos en el propio establecimiento, que cuenta además de la cocina, con un pequeño espacio expositivo.

Recién inaugurado, ya están trabajando en una incipiente tercera línea que piensan desarrollar, el servicio de comidas, ya que este verano se han encargado de aprovisionar el campamento infantil organizado por la Comarca de Alto Gállego, experiencia que han valorado muy positivamente.



Bajo Martín-Sierra de Arcos

La promoción de los productos locales, un objetivo prioritario para Adibama

La promoción de los productos locales es uno de los objetivos prioritarios del programa de desarrollo rural de Adibama, constituyendo uno de sus aspectos aglutinantes. La organización de los pequeños empresarios agroalimentarios en torno a una asociación sectorial ha sido una estrategia operativa y eficaz, convirtiendo a la **Asociación Agroalimentaria Bajo Martín-Sierra de Arcos** en el principal referente agroalimentario de estas comarcas. Al mismo tiempo, se ha mantenido en todo momento una estrecha colaboración con las Denominaciones de Origen presentes.

En esta línea de actuación se han organizado varias **Muestras Agroalimentarias de las comarcas de Bajo Martín y Andorra-Sierra de Arcos**, celebradas en Andorra. Este evento se ha consolidado ya, contando con el apoyo de la Asociación Agroalimentaria de Bajo Martín-Sierra de Arcos, del Ayuntamiento de Andorra y de la Comarca de Andorra-Sierra de Arcos, convirtiéndose en un estupendo escaparate de los productos y empresas alimentarias de estas comarcas. Y, lo que es más importante, los pequeños empresarios del sector han podido apreciar la importancia de disponer de este tipo de plataformas de promoción de sus productos, pasando a ser actualmente los principales impulsores de esta muestra anual. La realización de **Jornadas Gastronómicas** dentro de esta muestra ha permitido además promocionar nuestros productos entre la población de la zona, un objetivo fundamental para conocer y valorar nuestro patrimonio



Adibama apoya el sector vinícola del Bajo Martín.

alimentario. Así mismo, Adibama colabora en la organización de la sección agroalimentaria de la Feria de Samper de Calanda.

Por otro lado, las subvenciones a la inversión empresarial constituyen un apoyo muy importante para potenciar el sector agroalimentario en nuestra zona, integrado por pequeñas empresas, muchas de ellas familiares. Se han creado tres pequeñas bodegas de vinos de la tierra en una comarca de tradición en vinos de cosechero pero sin ninguna bodega comercial hasta hace poco tiempo. Así mismo, se han apoyado inversiones en variasalmazas de la DO del Aceite de Oliva del Bajo Aragón, en elaboración de aceitunas de mesa, y se ha mejorado el equipamiento en el ámbito cooperativo de la fruta. Todo ello sin descuidar nuevos productos y servicios, como es el caso de las salazones de pescado, que aporta creación de empleo femenino.

Esta línea de actuación se ha reforzado con acciones de formación específicas

a la carta, partiendo de las necesidades previamente detectadas. Así, se han realizado cursos de trazabilidad, mejora de condiciones higiénico-sanitarias, gestión de calidad, nuevos productos, etc. Tampoco hay que olvidar la participación de Adibama en varios proyectos de cooperación para promocionar nuestros productos locales.

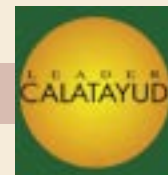
Complemento indispensable de esta estrategia es la recuperación del patrimonio gastronómico, partiendo de una investigación de los alimentos tradicionales: aceite de oliva, aceituna de mesa, quesos, embutidos, miel, repostería, etc. El proyecto **Identidad alimentaria del Bajo Martín-Sierra de Arcos** pretende investigar y divulgar nuestro patrimonio alimentario y gastronómico como elemento de identidad cultural, vinculado a tradiciones, paisajes, recursos naturales y elementos propios de nuestro devenir histórico. Divulgar y dar a conocer a los profesionales de la hostelería este patrimonio gastronómico como recurso para el desarrollo es una estrategia prioritaria para Adibama.

Promoción y dinamización de la Semana Santa

La valorización, promoción y dinamización de nuestra Semana Santa, como principal evento religioso-turístico-cultural del Bajo Martín-Sierra de Arcos es otro objetivo importante para Adibama, compartido con Ayuntamientos, Comarcas y agentes culturales y sociales de la zona. Por ello, se están trabajando diversas propuestas para desestacionalizar y descentralizar desde el punto de vista turístico la Semana Santa bajoaragonesa, y presentar una oferta museística acorde con la importancia y significación de este evento.

La valorización de nuestra Semana Santa se está materializando en varios proyectos locales, que cuentan con el apoyo de Leader Plus y que tienen como finalidad promocionar y musealizar este evento anual. En Samper de Calanda se ha restaurado la ermita del Calvario y su entorno para hacer de ella un pequeño museo religioso y cultural de la Semana Santa. En Andorra se está ultimando también el Museo de la Semana Santa, un espacio que recoge una exposición permanente de elementos semanasantistas.

Por otro lado, la Feria del Tambor y de la Percusión de Híjar (Tamborixar) se ha consolidado como una original e innovadora iniciativa para poner en valor ciertos aspectos de la Semana Santa, dar a conocer la labor de los artesanos del tambor, descubrir nuevas posibilidades para la cultura del tambor y la percusión, servir de lugar de encuentro de la percusión a nivel nacional y proyectar la imagen de Híjar y de la comarca. Al mismo tiempo Adibama colabora en la promoción de la Ruta del Tambor y del Bombo.



Calatayud-Aranda

Implantación de sistemas de calidad en empresas agrofrutícolas

Los escándalos producidos en el ámbito de la seguridad alimentaria (fiebre aftosa, vacas locas, etc.) han despertado la inquietud del consumidor final lo que ha llevado a exigir unas garantías de calidad en los alimentos consumidos, y ha generado una creciente preocupación por asegurarse de que éstos se produzcan de una forma saludable y respetuosa con el medio ambiente.

Actualmente gran parte de las empresas hortofrutícolas están inmersas en procesos de implantación de sistemas de gestión y aseguramiento de la calidad en los procesos de producción. Incluso muchas empresas de la zona han ampliado el alcance de la aplicación de dichos sistemas a los procesos de manipulación y comercialización de sus productos, como garantía de una calidad integrada.

En este campo el programa Leader ha apoyado a empresas de comercialización hortofrutícola que están empleando importantes recursos en la mejora de la calidad del producto. Desde la adquisición de condensadores de aire evaporativos con el objeto de reducir el riesgo de legionela en las instalaciones, hasta inversiones destinadas a la mejora del bienestar y seguridad del personal de las empresas.

Entre los distintos proyectos apoyados destacan los destinados al cumplimiento de la exigencia del control de la trazabilidad. La norma UNE 66.901-92 define la trazabilidad como la "capacidad para reconstruir el historial de la utilización o la localización de un artículo o producto mediante una identificación registrada. La posibilidad de seguir la pista de un producto, y/o determinar la localización de una mercancía en la cadena comercial, se está convirtiendo hoy en día en una exigencia creciente y en una necesidad para todos los comerciantes.

La presión en la exigencia de sistemas de trazabilidad en la industria agroalimentaria de frutas y hortalizas viene



La comercialización de fruta sigue empleando a un elevado número de mujeres.

creciendo por parte de los grandes grupos europeos desde 1996 y esta presión finalmente llevará a la elaboración de una directiva de obligado cumplimiento para todo el sector. En caso de producirse alguna alerta alimentaria, la posibilidad de poder conocer el origen y circuito de los productos permite: aumentar la capacidad de determinar el campo de acción del problema, facilitar la retirada de las partidas afectadas, dilucidar responsabilidades ante cualquier eventualidad entre los consumidores y reducir el impacto económico negativo sobre los integrantes de la cadena comercial que no sean responsables del asunto.

Por tanto, la trazabilidad aplicada al sector hortofrutícola comprende el sistema de control de todo el proceso



Las últimas tecnologías aplicadas a la comercialización.



El mercado exige una buena presentación del producto.

recorrido por la fruta y la hortaliza desde su recolección hasta su venta.

La identificación del producto contribuye enormemente a vencer la desconfianza del consumidor tras las crisis alimentarias.

Aplicación del control de trazabilidad en una empresa de la zona

Desde el programa Leader se ha apoyado entre otras a la empresa Frutas Hermanos Aguilar ubicada en Ateca y dedicada a la comercialización de frutas y hortalizas. La finalidad de la inversión ha consistido en identificar en todos los tramos de la cadena comercial los productos que son puestos a la venta mediante un etiquetado que aporte las claves para conocer las principales características del historial del fruto.

Se ha llevado a cabo singularizando, a la entrada, todos los envases que contengan fruta mediante etiquetas individualizadas con código de barras. En las mismas se incorporan los datos de productor, término municipal, parcela o paraje, especie y variedad, número de bultos que componen la entrada, etc. A esta información inicial se les van añadiendo todas las de los procedimientos anexos (tratamientos postcosecha, número de cámara de conservación, etc.) para acabar todo el proceso informativo con los datos derivados de la manipulación y clasificación (categoría, calibre, número de frutos, etc.).

La inversión consiste en la habilitación de un programa informático y la instalación de impresoras para etiquetas de códigos de barra y lectores de radiofrecuencia para la zona de recepción-expedición y para la zona de manipulación-ensado que se integrarán en la red existente en la zona de oficinas de administración y ventas a la que también se dotará de los correspondientes lectores de códigos de barras.

El sector agroalimentario, impulsado por el Proder

Las condiciones de la comarca Campo de Belchite para la producción agrícola no son muy favorables. Las precipitaciones son escasísimas, los ríos poco caudalosos y tan sólo se cuenta con dos pequeños embalses y el aprovechamiento de aguas subterráneas. En estas condiciones, la mayoría de las tierras son de secano, con reducidos rendimientos y limitándose los cultivos que se pueden realizar. Aunque por el contrario los productos que se obtienen son de gran calidad, existiendo la oportunidad de poderlos explotar.



Quesería de Mª Lourdes Artal Fleta, en Letux.

En estas condiciones, el 28% de los trabajadores de la comarca están en el sector agrario. Se dedican principalmente al cultivo de cereal de secano, siendo la variedad de trigo duro la que ocupa una mayor superficie. También es importante en el territorio el cultivo del olivo, la vid y el almendro, y, en la vega del río Aguas Vivas, del frutal.

La comercialización de estos productos se realiza sin llevar a cabo transformaciones y principalmente a través de las siete cooperativas agrícolas establecidas en el territorio. La producción de aceite de oliva se centra en tres almazaras situadas en Belchite, acogidas a la Denominación de Origen de Aceite del Bajo Aragón. El vino tan sólo se produce en Lécera en dos bodegas, incluidas en la indicación geográfica de Vinos de la Tierra del Bajo Aragón. También está tomando importancia el cultivo ecológico: además de que algunas cooperativas comercializan cereales ecológicos, existen dos empresas que comercializan

pastas alimenticias. Una de ellas se dedica también a las legumbres ecológicas, completando el ciclo desde la producción hasta la comercialización. Por último, en Letux, se acaba de poner en funcionamiento la primera quesería.

Estas son todas las experiencias del territorio y, por lo tanto, una muestra del apoyo al sector por el Grupo de Acción Local desde que se puso en marcha el Programa Proder, para potenciarlo con el objetivo de que se mejore tanto la transformación como la comercialización de estos productos. Las actuaciones que se plantearon desde el inicio iban principalmente destinadas a poner en valor la producción agraria, modernizar las instalaciones de las empresas y cooperativas para la mejora de la producción con elementos innovadores y apoyar la promoción y comercialización de los productos agrícolas endógenos. A través de las medidas del Programa Proder, Mejora de la transformación y comercialización de los productos agrícolas y Comercialización de productos agrícolas

de calidad, se ha tratado de lograr estos objetivos. Para conseguirlo, entro otras cuestiones, a la hora de conceder ayudas a estos proyectos, desde un principio, se les ha otorgado un mayor porcentaje de subvención, por poner en valor recursos endógenos del territorio.

Una vez transcurridos tres años, el alcance de los resultados obtenidos es realmente importante. Existía una sola bodega de vino y ahora hay dos; se ha creado la primera quesería; en producción ecológica, se ha creado una empresa que comercializa pastas y legumbres ecológicas, además de ayudar a la que ya estaba; se han modernizado las instalaciones de todas las almazaras de aceite y de más de la mitad de las cooperativas agrícolas, y se ha apoyado a la promoción y comercialización de los principales productores. Por lo tanto, el efecto provocado por las ayudas Proder en el sector agroalimentario en Campo de Belchite es verdaderamente satisfactorio, consiguiendo que se creen nuevas empresas y ayudando a las asentadas.

Nuevos Productos

Ecolécera

La empresa Ecolécera se constituyó en 2003 promovida por dos familias que, tras siete años dedicados a la agricultura ecológica, pasaron a transformar y comercializar su producción. Con la marca Ecolécera comercializan pastas (macarrones, espaguetis y fideos) y legumbres (lentejas, garbanzos y judías) con el distintivo de la agricultura ecológica. Han recibido ayuda del programa Proder a través de AdecoBEL para constituir la sociedad, adquirir la maquinaria necesaria para los procesos de comercialización y promocionar sus nuevos productos en los mercados.

Bodegas Tempore

La familia Yago Aznar está detrás de la empresa vitivinícola Bodegas y Vinos de Lécera. Han creado una nueva bodega en la que transforman principalmente uvas procedentes de su plantación de viñedo y que comercializan con la marca Tempore. En 2003 sacaron al mercado sus primeros vinos tintos acogidos dentro del Vino de la Tierra del Bajo Aragón. Han recibido ayuda para la promoción, la formación, la mejora de sus instalaciones y para la construcción y equipamiento de la tienda en la que venden sus caldos junto con otros productos de calidad de Aragón.

Quesos Artesanos de Letux

María Lourdes Artal, es la promotora de la primera quesería creada en Campo de Belchite. Con leche de cabra y de oveja, comercializa una amplia gama de productos consistente en quesos semicurados, curados y en aceite, cuajadas, requesón y cremas. Ha recibido ayuda para la construcción del edificio, la compra de la maquinaria y el equipamiento necesario para producir quesos y para recibir formación.

La Asociación de Alimentos de Cinco Villas: patrimonio gastronómico

La Asociación de Alimentos de Cinco Villas, con sede en Biota, se constituyó a finales del año 2001 con los siguientes objetivos básicos: a) dar a conocer los productos elaborados en la comarca, b) promover la mejora de su calidad, y c) promocionarlos para su mejor comercialización.

Los productores agroalimentarios de la asociación forman un grupo heterogéneo: junto a las empresas mayores (las cooperativas, por ejemplo) aparecen pequeñas y medianas (los hornos artesanos o los secaderos). Si bien existen elementos diferenciadores entre ellas en cuanto a la cantidad de trabajadores y la amplitud de mercado (mayores en las primeras), la vigencia de los negocios (más antiguos las grandes) y la ambición (extender el mercado frente a la venta local o la autosuficiencia), todas ellas comparten inquietudes; buscan una rentabilidad comercial, desde luego, pero también están deseosas de desarrollar la zona, fijar la población y defender el patrimonio cultural.

La variedad de los productos representados hace de ella una organización singular, integrada por 25 empresas agroalimentarias cuya producción se caracteriza por el uso de materias primas naturales y pertenecientes a los recursos gastronómicos de la comarca. Orgullosas estas empresas de su pertenencia cultural, muestran sus productos como parte de su identidad, introduciendo la diferencia con respecto a la homogeneización de la industria alimentaria, habiendo sido reconocidos oficialmente algunos de ellos como productos de calidad por su buen hacer y su carácter artesanal: C de Calidad, ecológicos y vinos de la tierra.

El máximo esfuerzo de la asociación en estos momentos está encaminado a la comercialización: materiales promocionales (catálogos de producto, fichas de empresa), participación en ferias espe-



Semana Gastronómica de las Culturas, en Ejea de los Caballeros.

cializadas o campañas publicitarias en diversos medios son vehículos que apuntan en esta dirección.

Asimismo, la Asociación va a iniciar una campaña comercial en varios puntos turísticos del Pirineo bajo el auspicio del programa europeo Realité. En una experiencia piloto se van a franquiciar 15 establecimientos en los que, con expositor propio, se podrán encontrar productos de las Cinco Villas. También han iniciado acciones con las grandes superficies y durante los años 2004 y 2005 la Asociación ha realizado sendas campañas de regalo de Navidad con un notable éxito.

Otra de las preocupaciones de la asociación ha sido, desde su creación, vincular la producción de alimentos al territorio, a su cultura productiva y al patrimonio turístico y gastronómico. En ese sentido, en colaboración con el Ayuntamiento de Ejea, la Asociación puso en marcha una Semana Gastronómica, cuyos protagonistas fueron los productos tradicionales de las Cinco Villas. En el



Productos de la Asociación de Alimentos de Cinco Villas.

año 2005, en el marco del IX Centenario de la incorporación de Ejea al Reino de Aragón, se celebró una segunda edición en la que se destacaron los contenidos multiculturales del pasado gastronómico de las Cinco Villas.

La Asociación de Alimentos de Cinco Villas es consciente igualmente de que el concepto de investigación va intrínsecamente unido al de desarrollo. En consecuencia, va a participar junto a la Universidad de Zaragoza, la asociación francesa Les Fermes du Magnoac y la empresa Artibal de Sabinánigo en un proyecto Interreg cuya finalidad es poner en marcha un nuevo envase para alimentos, el Naturalpack, que puede representar un avance revolucionario en la conservación de determinados productos, por ejemplo, de repostería, quesos o cárnicos.

Recursos agroalimentarios y desarrollo rural

Gran base territorial con importantes recursos agrarios, hídricos, naturales y patrimoniales, fuerte potencial agrícola-ganadero gracias a la gran tradición y saber hacer de sus gentes, gran cooperativismo, mecanización en procesos; excelente situación geográfica y tradición agroalimentaria. Éstos son los principales recursos de nuestro territorio. Por lo tanto, atendiendo a la necesaria perspectiva de desarrollo endógeno, Adefo Cinco Villas ha considerado fundamental desde sus orígenes la potenciación del sector agroalimentario, basado en productos de calidad comercializados desde la comarca, como un medio primordial para la dinamización de la economía comarcal.

Una dinamización que pasa necesariamente por la implicación de la población y del sector empresarial agroalimentario cincovillés en los procesos de desarrollo que se generen. La Asociación de Alimentos de Cinco Villas se constituye entonces en un agente social fundamental, excelente canalizador de las inquietudes de sus socios y constante colaborador en las iniciativas puestas en marcha desde Adefo Cinco Villas.

Asociados de la Asociación de Alimentos de Cinco Villas por sectores de actividad

Vinos de la tierra	5
Cooperativas	5
Ecológicos	3
Embutidos	4
Hornos Artesanos	4
Jamones	2
Pastelerías	1
Miel	1
Patés	2
Quesos	1
Setas	1
Boliches	1



Comarca de Teruel

Campaña de Difusión del Ternasco de Aragón: Teruel, Territorio de Sabores

ADRI Comarca de Teruel y el Consejo Regulador IGP Ternasco de Aragón se han embarcado en el proyecto **Campaña de promoción Gastroturística** de la Comarca Comunidad de Teruel con el objetivo de acercar al ciudadano de las Comunidades de Aragón y Valencia la posibilidad de descubrir los recursos turísticos de la comarca (paisaje, monumentos histórico-artísticos, gastronomía, alimentos y artesanía) a través de la promoción de uno de los alimentos de calidad mas emblemáticos de nuestra tierra: el Ternasco de Aragón.

El objetivo no es otro que sensibilizar e ilusionar al sector primario de la comarca para que apueste por una producción de calidad y se integre en la calificación de Ternasco de Aragón, como solución de futuro y elevación de nivel de renta, así como para fomentar la demanda de mano de obra.

Otro objetivo no menos importante es educar a los consumidores del futuro. Es vital que los niños en edad escolar de ocho a 14 años, conozcan y valoren la riqueza agroalimentaria de su territorio, la necesidad de su consumo por razones económicas y de fijación de población, así como su acción saludable para el organismo.

Se persigue de igual modo que los carniceros-detallistas y hosteleros se conviertan en los grandes aliados de esta iniciativa para extender el conocimiento del producto y, paralelamente, el de los recursos turísticos de la comarca.

La campaña de promoción se divide en varios apartados:

Acción para ganaderos: se realiza un ciclo de charlas formativas, impartidas por profesionales del sector (veterinarios, técnicos y ejecutivos), incentivando a los



Ternaskiko, mascota de la campaña, ha causado gran aceptación entre los escolares.

ganaderos a su asistencia con sorteos de fines de semana en establecimientos de turismo rural de la comarca.

Acción para escolares: se desarrolla en todos los colegios de la comarca con niños entre ocho y 14 años mediante técnicos de animación que presentan la campaña a través de una mascota llamada Ternaskiko, proyección de videos, realización de sorteos, preguntas desenfadas a los niños, etc., para terminar con el regalo de un bocadillo del producto que goza de gran aceptación entre los asistentes.

Acción para carniceros-detallistas: consiste en comprometer a los carniceros de Aragón y Valencia en una compra mínima durante un periodo a determinar, con regalo de un fin de semana de turismo rural en la comarca para todos los que acepten el compromiso y vales de sorteo de fines de semana para los clientes.

Acción para hosteleros: se celebran unas Jornadas Gastronómicas en los restaurantes de la comarca cuyo pro-

ducto estrella son los platos realizados a base de Ternasco de Aragón, con la entrega a los comensales de un folleto mixto del producto y promocional-turístico de la comarca.

Acción para público en general: se realiza una campaña publicitaria en los medios de comunicación centrada en sugerir la visita de fin de semana y descubrir los encantos turísticos de la zona y el sabor del Ternasco.

Una campaña de estas características producirá un efecto dinamizador de los diferentes sectores implicados, en los campos turístico, agroalimentario y hostelero, tales como casas de turismo rural, hoteles, hospederías, restaurantes, industrias agroalimentarias de productos de calidad y artesanos que producen en la comarca.

La campaña, que se desarrolla en la actualidad, está teniendo una gran aceptación en todos los ámbitos y acciones mencionados, en especial entre los escolares.

Otros proyectos agroalimentarios de interés

ADRI Teruel ha ayudado, aparte del Ternasco, al lanzamiento de otros productos típicos de la zona. Así, ha apoyado la creación de una empresa de envasado y tratamiento de la Patata de Teruel en Villarquemado, que, además, se va a dedicar en breve a freirlas y comercializarlas en pequeñas bolsas intentando poner en marcha el sello de Patata de Teruel, diferente en la calidad y sabor a las de otros lugares.

Otro producto al que se ha apoyado incondicionalmente es el paté y otros productos derivados del pato, con la ayuda a varias empresas de Santa Eulalia del Campo que han apostado fuerte por este producto, han creado varios puestos de trabajo y siguen en constante expansión.

Otro de nuestros productos estrella es el queso en sus diferentes versiones, pero principalmente el de oveja. Se está trabajando en la actualidad en la creación de la IGP Queso de Teruel, labor apoyada por nuestro grupo y que ha sido promovida por la Asociación Turolense de Quesos, que forman la mayor parte de empresas y cooperativas del sector, las cuales también ha sido apoyadas por ADRI en diferentes fases de su puesta en funcionamiento.

Así, ADRI Comarca de Teruel ha abarcado prácticamente todo el ámbito de los productos relevantes de la zona consiguiendo un notable empuje en su difusión y dándoles la importancia que por su calidad merecen. Ternasco, patata, paté y derivados, y queso, son sólo algunos de los ejemplos de productos que se elaboran en esta tierra, y que, con el apoyo de programas como este, intentan conseguir el despegue y asentamiento definitivo como productos de primera calidad.



Cuencas Mineras

Valorización de productos agroalimentarios

Las dos empresas citadas a continuación son ejemplos del apoyo de Ofycumi al desarrollo del sector agroalimentario de la comarca. Se pretende aumentar el número de empresas dentro de este sector, así como mejorar la calidad de las existentes. Todo con el fin de valorizar los productos agroalimentarios de las Cuencas Mineras, donde los productos locales contribuyen no sólo al mantenimiento de las economías locales sino también a la comprensión de la cultura y de la sociedad rural.

Oro en nuestra tierra

Cultivos Forestales es una empresa pionera en España en producir planta micorrizada con trufa. Con el paso de los años, ha ido ampliando su producción a otro tipo de planta: forestal, planta autóctona, especies forestales para la producción de maderas nobles, nuevos hongos asociados en simbiosis a especies forestales, etc. Cuenta con personal técnico cualificado y laboratorio equipado con todos los medios necesarios para garantizar sus plantones. El vivero está situado en las cercanías del pequeño municipio de Torre de las Arcas.

La truficultura es un claro ejemplo de desarrollo sostenible en el medio rural, y presenta inmejorables perspectivas de futuro. En Cultivos Forestales se trabaja en la micorrización de otros hongos comestibles que viven asociados en simbiosis, como las trufas a especies forestales o arbustivas. Y porqué no hablar de la producción de maderas nobles (nogal, cerezo silvestre, etc.) ante su escasez en el mercado nacional y mundial y su fuerte demanda. Son ejemplos de nuevas posibilidades para el campo que tienen una clara vertiente forestal. Esta empresa quiere estar en la línea de ofrecer nuevos productos capaces de diversificar la agricultura tradicional.

La empresa ha sido apoyada en varias ocasiones por fondos Proder que gestiona Ofycumi en la zona, lo que



Panorámica de plantación de trufa, Cultivos Forestales.



Elaboración de queso en Sodeca.

pone de manifiesto las ventajas que este programa supone para el medio rural turolense, al posibilitar el apoyo a proyectos que suponen el desarrollo del sector agroalimentario. Dada la escasez de la agricultura tradicional en la zona se apuesta por el apoyo a otra agricultura que va a contribuir al desarrollo de nuestros pueblos. Se pretende mejorar las posibilidades de crear renta y empleo y de conservar un tejido empresarial conectado con los recursos endógenos del territorio.

Alimentación selecta

Sodeca tiene su sede en el polígono Los Planos de Mezquita de Jarque (Teruel). Se trata de una explotación

ganadera para producir leche de ovino que está asociada a una quesería artesanal y elabora diversos productos lácteos y derivados. Sus quesos llevan la denominación de Quesos La Val.

La de Sodeca es una explotación en funcionamiento que incrementa el valor añadido de la producción agropecuaria local. La elevada calidad de la producción de sus quesos, elaborados con leche cruda, queda de manifiesto en los distintos premios obtenidos en diversas ferias a las que ha asistido.

El desarrollo de esta empresa también se ha visto apoyado en varias ocasiones por el programa de diversificación de las Cuencas Mineras, gestionado por Ofycumi.

Avanzando hacia el desarrollo

Ofycumi ha tratado desde sus comienzos de incentivar la iniciativa privada, puesto que la tradicional dependencia de la comarca respecto de una sola actividad, la minería, ha producido un cierto adormecimiento de la mentalidad promotora de sus gentes. Ahora más que nunca, la comarca entera necesitaba la aparición de una clase promotora que tomara las riendas de su desarrollo y que con su actitud contribuyera a reforzar las legítimas pretensiones a la hora de reivindicar una mejora de las infraestructuras y los servicios públicos en la comarca. Ofycumi ha favorecido los proyectos presentados por jóvenes y mujeres, ya que considera que su futuro se encuentra íntimamente ligado al de la propia comarca. El apoyo a la iniciativa privada ha supuesto un aumento considerable de puestos de trabajo en la comarca; en cifras, alrededor de 300.

El impacto económico que ha supuesto el programa de desarrollo también es notable porque una pequeña proporción de gasto público, incentivando la iniciativa privada, ha generado un gran efecto multiplicador sobre la inversión productiva.

En la actualidad, el programa ya está finalizando y tenemos 34 proyectos en lista de espera que supone una inversión de 1.041.552,97 euros. La afluencia de entrada de proyectos en este momento es muy buena por lo que se muestra que se sigue avanzando hacia el desarrollo. El programa de diversificación rural ha logrado la aparición y mantenimiento de la existente clase promotora que va a contribuir al desarrollo de la comarca. Devolviendo, de alguna manera, esa auténtica identidad como espacio común vertebrado.



Gúdar-Javalambre y Maestrazgo

La Asociación de Empresarios Agroalimentarios del Maestrazgo, en su décimo aniversario

La Asociación de Empresarios Agroalimentarios del Maestrazgo ha cumplido 10 años de vida. 10 años de trabajo por los difíciles caminos de un territorio donde la resistencia de sus habitantes al abandono de sus medios de vida alcanza límites insospechados. Y quizá como balance, o como receso en el camino por el desarrollo sectorial en un territorio, conviene echar la vista atrás y evaluar todo lo que se ha hecho.

Un poco de historia. Era en 1995 cuando, bajo el paraguas de Leader II, se empezaron a dar los primeros pasos para la creación de la Asociación. La labor y dedicación reconocida aún hoy de la primera de sus gerentes, M^a Luisa Martín, hizo que los destinatarios comprendieran y asumieran la necesidad de asociarse. Agrupar por aquel entonces a 27 empresas agroalimentarias, la mayoría microempresas de carácter familiar, era sin duda un éxito inesperado. Promover la comercialización de forma conjunta, determinar parámetros de calidad en sus productos y dotar a los profesionales de herramientas y conocimientos para el mejor desarrollo de su actividad eran sus objetivos principales.

Una asociación en continua actividad. Desde la entidad se lleva a cabo la implantación de Manuales de Autocontrol de los productos que aseguran el control del proceso productivo y la garantía en los productos finales elaborados. Este control se realiza en los laboratorios propios que la Asociación dispone en su sede de Castellote, donde trabajan actualmente dos personas. En esta línea de trabajo, la propia Asociación prepara



La miel, un ejemplo de los productos que se amparan bajo la marca Maestrazgo.

las condiciones y solicita los reglamentos para que determinados productos se acojan a la C de Calidad Alimentaria que dispensa el Gobierno de Aragón. Son ya siete productos los que disfrutan de ese distintivo, y se sigue trabajando cada día en la distinción de otros nuevos. Gracias al empeño y reivindicación de sus asociados, es posible hoy en Aragón la consideración de la agroalimentación como un oficio de artesanía, cuya ley nació inicialmente sin contemplar esa posibilidad.

La labor ejercida en la formación continua y especializada de los productores ha sido constante, apostando por la realización de acciones formativas adaptadas a los condicionantes horarios y geográficos de sus asociados. A lo largo de esta década, se han organizado más de una treintena.

Por último, el esfuerzo volcado en la promoción de las empresas y sus productos es tal que les ha hecho merecedores del galardón a la Mejor Labor Gastronómica 2003, que distingue a las instituciones caracterizadas por la promoción de la gastronomía aragonesa. Más de medio

centenar de participaciones en ferias y certámenes avalan una preocupación constante por promocionar la venta de unos productos artesanos que comparten sabores legendarios en su composición e imagen corporativa común en sus envases.

Conscientes del avance de los tiempos, se ofrece desde el año 2000 la posibilidad de adquirir los productos a través de Internet con envíos a todo el territorio nacional (<http://www.maestrazgo.org>).

Sin bajar la guardia. La Asociación de Empresarios Agroalimentarios del Maestrazgo continúa en plena actividad y trabaja en nuevos proyectos actualmente. La creación de una nueva sede y laboratorios más modernizados, la dinamización de una empresa comercializadora y el compromiso personalizado con sus clientes a través de una carta de consumo ético y responsable, son algunos de ellos, que demuestran, una vez más, que en el Maestrazgo turolense hay un dinamismo enmascarado bajo una falsa sensación de quietud en el territorio.

El Horno-Panadería Ecológica Mas de Antón (Fuentes de Rubielos)

Promovida por una Cooperativa de Trabajo Asociado, el empresario apuesta por recuperar el oficio de la panadería en esta pequeña población, elaborando sus productos de manera tradicional y con materias primas de origen ecológico, sin utilizar conservantes ni aditivos, con lo que quiere dar un valor añadido al producto final y contribuir a una alimentación sana y ecológica. La puesta en marcha ha supuesto rehabilitar un masía donde se instala el horno y el despacho de productos, aunque los productos se distribuirán también en otras localidades cercanas de la comarca.

Transformadora cárnica y Secadero Jamones Hermanos Vivás (Mora de Rubielos)

A través de las inversiones realizadas por esta empresa, se da un paso más en el proceso de tratamiento de los productos cárnicos propios: la transformación de los mismos. El proyecto consiste en la ampliación del secadero de jamones ya existente y en la instalación de una línea de loncheado que permita envasar, empaquetar y almacenar productos cárnicos curados, al presentarlos en formatos cada vez más demandados por el consumidor. El producto final disfrutará de las más novedosas técnicas de envasado, etiquetado y embalaje, que prolonguen su tiempo de comercialización y resalten las cualidades del producto, así como la identificación de su procedencia. El proyecto ha supuesto una inversión de más de 500.000 euros y está acogido a las ayudas del programa Leader.



Hoya de Huesca

El sector agroalimentario y la promoción del territorio

La Comarca de la Hoya de Huesca/Plana de Uesca tiene tres zonas claramente diferenciadas respecto a la actividad económica: predominio agrícola en el sureste, industrial en el suroeste y turístico en el norte. Ello se ha plasmado bastante fielmente en la aplicación del Programa de Desarrollo Rural. Así, la mayor parte de las iniciativas empresariales de carácter industrial tienen su origen en las localidades de Almudévar y Gurrea de Gállego y localidades próximas a la capital, mientras que la mayoría de los emprendedores de los casi 50 proyectos de carácter turístico aprobados proceden de la zona norte del territorio. En consecuencia, respecto a estas dos líneas de actuación se han cumplido satisfactoriamente las expectativas.

Sin embargo, hay que reconocer -siempre desde el punto de vista de la iniciativa privada- que el sector agroalimentario está en una fase de cierto letargo. Y ello es así porque, además de ser un territorio siempre refractario a la innovación y al cooperativismo agrario, y a pesar de que en la zonas rurales todavía hay más de un 35% de población agraria ocupada, la mayor parte de ella se dedica al monocultivo cerealista desistiendo de la implantación de nuevos productos alternativos a los tradicionales que podrían ser una nueva fuente de ingresos. Hay, no obstante, indicios para la esperanza en el sector ya que están en marcha diversas iniciativas que pueden propiciar el relanzamiento del mismo.

Así, Adesho, además de participar en el Programa de cooperación Pon Aragón en tu mesa, colabora igualmente en calidad de socio en el proyecto Célula Transpirenaica de apoyo a los Proyectos Agroturísticos y Agroalimentarios, dentro de la Iniciativa Comunitaria Interreg III A.

En ambos casos el objetivo es la



Vivienda de turismo rural El Molino, en Biscarrués.



Quesería de Sieso de Huesca: Villa Villera.

puesta en valor del territorio y sus productos agroalimentarios incentivando y asesorando a pequeños productores y potenciales emprendedores.

En este sentido, se debe destacar la estrecha colaboración en la materia existente con la Comarca de la Hoya/Plana de Uesca ya que desde las instituciones públicas más cercanas es desde donde deben impulsarse políticas de desarrollo de los diferentes sectores económicos que precisan de más apoyo. Y ello es así porque la materia prima, aun sin ser exhuberante debido a la en su momento indiscriminada poda de olivares, viñedos, etc., existe en buena medida: aceite, manzanilla, almendra, garbanzos, vino,

cerezas, quesos. El objetivo final debería ser la constitución de una marca comarcal que englobe a los diversos productores agroalimentarios -previo cumplimiento de los estándares de calidad exigibles en el proceso productivo- y que identifique y prestigie al territorio y a sus productos. Y para ello en nuestro territorio qué mejor instrumento que el Plan de Dinamización Turística impulsado y conseguido desde la institución comarcal -firme ya su concesión por el Gobierno central- y cuyo fin primordial es la promoción y puesta en valor del territorio a través de los diferentes recursos turísticos, naturales, patrimoniales y, por supuesto, agroalimentarios.

Proyectos agroalimentarios de interés

Merecen destacarse los productores, la mayoría receptores de ayudas Proder, que a pesar de las dificultades están logrando con su esfuerzo dotar de prestigio al sector agroalimentario y a la comarca por la calidad de sus productos: Viveros del Gállego, de Biscarrués (plantas certificadas de vid); Pastelería Tolosana, de Almudévar (repostería y confitería); Fernando Allué, de Lierta (garbanzos); Antonio Lasheras, de Loarre (almendras); y Villa Villera, de Sieso de Huesca (quesos), quien recientemente ha obtenido el galardón Pajarita de Oro, apartado empresa, del Concurso que anualmente convoca el Diario del Altoaragón bajo la denominación Altoaragonés del año.

Selección de proyectos aprobados

- Construcción de la guardería infantil en Tierz.
- Modernización de la Cooperativa San Ginés, de Lupiñén.
- Ampliación y mejora en la quesería Villa Villera, de Sieso.
- Rehabilitación del entorno de La Colegiata de Bolea.
- Edición del vídeo Monumento de la Semana Santa, de Biscarrués.
- Edición número 1 de la revista Amigos del Castillo de Loarre, de Loarre.
- Relevo, en Quinzano.



Los Monegros

Impulsar el sector agroalimentario a través del asociacionismo

Conscientes de la importancia de fomentar el asociacionismo empresarial para el desarrollo del territorio, el Ceder Monegros ha impulsado este objetivo en diversos ámbitos, también en el sector agroalimentario. De este modo, en el año 2002 se constituyeron tres asociaciones de ámbito comarcal: Monestur (Asociación comarcal de turismo rural de Los Monegros), Asociación de Agroalimentarios de Los Monegros y Asociación de Artesanos de Los Monegros.

El objetivo de la Asociación de Agroalimentarios es promocionar todos los productos de calidad que se producen en la comarca. Por el momento se integran en la misma los siguientes:

- Quesos de oveja de Monegrillo.
- Patés y productos elaborados a partir del ternasco de Aragón de Derivados Cárnicos Monegros de Sariñena.
- Aceites Palacio de Alberuela de Tubo, que produce aceites de oliva y girasol y paté de olivas.
- Pimientos de piquillo de San Juan del Flumen.
- Frutas de Aragón y Tejas de Pastelería Trallero de Sariñena.
- Mantecados y pastas de coco de Panadería Pilar Valero de Alcubierre.
- Tortas y mortajaos de Panadería Javier Marcén de Leciñena.
- Miel de romero y mil flores de Francisco Javier Escuer de Castejón de Monegros.
- Vino de Francisco Ezquerria de Lanaja.
- Caracolas y turrónes artesanos de Alcubierre.
- Huevos de codorniz de Félix Villagrasa de Bujaraloz.
- Tortas zorra y empanadicos de Ignacio Monesma e Hijos de Almuniente.
- Arroz El Brazal de Monegros.



Quesos de Monegrillo.

A través de esta Asociación se ha articulado la promoción en materia de agroalimentación en la comarca, que tiene uno de los mayores exponentes en la participación en ferias, tanto de carácter comarcal, como autonómica y estatal.

La comarca de Los Monegros es una gran productora agroganadera en cantidad y calidad, pero la transformación y la comercialización son los factores débiles de su economía, lo que provoca una fuga del valor añadido generado. Por este motivo, desde el comienzo del Leader II, el Ceder consideró que la medida de Valorización y Comercialización de productos locales era una de las principales a desarrollar. Con el Leader Plus se ha continuado esta labor. En ambos programas destacan ampliaciones y modernizaciones de obradores de panadería y pastelería.

De entre los proyectos aprobados en el Leader Plus se encuentran la puesta en marcha de una granja de producción y comercialización de huevos de codorniz en Bujaraloz, que ha creado

en torno a 10 puestos de trabajo de mujeres que trabajan a media jornada, lo que les facilita la conciliación laboral y familiar; la construcción y equipamiento de una bodega de vino en Lanaja; la construcción y equipamiento de un obrador artesano de miel en Castejón de Monegros y, por último, construcciones y ampliaciones de obradores de carnicería en distintos municipios.

En otro orden de cosas y dentro del sector agroalimentario, el Ceder Monegros va a participar en el proyecto de cooperación interterritorial Pon Aragón en tu mesa, para promocionar los productos de calidad agroalimentaria, junto con otros grupos de la Comunidad, que cuenta con un presupuesto de 43.000 euros.

Otro proyecto de cooperación interterritorial que se va a presentar en el mes de diciembre y que está impulsando el Ceder Monegros es el denominado Mel-Mellis, para promocionar la comercialización de la miel de Los Monegros y poner en valor el patrimonio apícola de la comarca.

Identificarse con el territorio a través del arte desde la juventud y la infancia

El Ceder Monegros se encuentra inmerso en un nuevo proyecto de cooperación transnacional: Arte, Representaciones y Territorios (ARTE). Su objetivo es que los jóvenes y niños conozcan su territorio y se identifiquen con él a través del arte. Está dirigido a niños y jóvenes entre siete y 15 años y se aplicará en toda la comarca.

La finalidad es poner en valor la identidad local, reforzar el sentimiento de identidad con el territorio, que los jóvenes y niños lo conozcan y lo valoren, con el objetivo de arraigar a este sector de la población y paliar en último término la despoblación.

Junto a Ceder Monegros participan en este proyecto dos Grupos de Acción Local del sur de Francia. Concretamente, del Val d'Adour y de los Pirineos Cántaros.

El programa se aplicará a lo largo de dos años, hasta mitad del año 2007. ARTE comenzará con la puesta en marcha de talleres de formación y sensibilización protagonizados por niños y jóvenes que visitarán lugares emblemáticos dentro del arte y el territorio. Una vez concluida esta primera fase de formación y sensibilización se realizarán talleres artísticos y técnicos con los artistas. Habrá también intercambios culturales en ambos lados de la frontera y el programa se plasmará al final en una obra de arte en cada zona. El presupuesto asciende a 210.000 euros.



Mar de Aragón

Una experiencia innovadora y de calidad agroalimentaria

María Isabel Gresa Barceló y su hijo Amadeo Barceló Gresa son un ejemplo que demuestra que hay un espacio para lo pequeño, "la pyme rural", a pesar de la actual tendencia en la industria agroalimentaria dirigida a la concentración empresarial.

Ambos regentan dos establecimientos dentro del sector cárnico y tienen claro que la calidad del producto es la base de la supervivencia de una empresa agroalimentaria ya que la competencia y la existencia de clientes cada vez más informados son dos de los factores principales que contribuyen a esta concienciación.

Carnicería Maribel se fundó en 1988 y Las Delicias de Caspe abrió sus puertas al público en 1998; tienen claro que renovarse es una constante en el sector y así lo han venido haciendo en los últimos años, incorporando nuevos productos de fabricación propia que ofrecen a sus clientes. Con el objetivo de ser más competitivos dentro del sector se decide la unión de los dos negocios en una sola empresa familiar que actualmente tiene en plantilla a seis trabajadores.

Con el apoyo de la iniciativa Leader Plus han modernizado las infraestructuras y equipamientos, incluso la creación de uno de ellos contó con la ayuda del Leader II. La búsqueda de la calidad en los productos agroalimentarios supone una de las principales inquietudes empresariales en la actualidad, distinguiendo a la empresa de éxito de las que se quedan estancadas.

Los promotores presentaron al Centro una acción que suponía un experiencia innovadora y de calidad agroalimentaria, que consistía en el lanzamiento de una línea de producto totalmente novedosa en el sector de la alimentación de toda



Obrador de la Carnicería Maribel en Caspe.



Obrador Las Delicias de Caspe.

la comarca: se trata de la elaboración de platos cocinados de forma artesanal por los promotores y siguiendo las buenas costumbres de la cocina tradicional, se muestran recién hechos, el cliente hace su elección y se lo lleva a casa en pequeños envases según raciones.

Dada la experiencia de los promotores en el sector cárnico y en la elaboración de productos artesanales se pretende llegar a cubrir las necesidades de un mercado incipiente en nuestra sociedad actual, en la que cada vez más,

las obligaciones laborales de las familias se hacen incompatibles con la calidad de la cocina tradicional.

Nuestros emprendedores son conscientes de que para conseguir la fidelidad de los clientes y de los consumidores no sólo se requiere el uso de los métodos y maquinaria adecuada, sino también una fuerte voluntad por parte de su pequeña empresa agroalimentaria para crear "valor" para sus clientes.

Instalación de maquinaria para limpieza de aceitunas

Promovida por Luis Freixa Bondía en el municipio de Nonaspe, el promotor dispone de un molino de aceite en el que realiza la molturación de aceitunas. El aceite se obtiene de forma artesanal, introduciendo la masa obtenida en el molino después de tratarla en una batidora en la prensa hidráulica, colocándola de forma manual en capachos.

Con el apoyo de Cedemar el promotor ha instalado una línea para el lavado de las aceitunas para su posterior triturado y obtención de aceite, con el objetivo de mejorar la calidad de un recurso endógeno del territorio de gran tradición como es el aceite de oliva.

Modernización en la elaboración de aceite de oliva

El proyecto fue promovido por la Sociedad Cooperativa Agraria San Miguel de Nonaspe. El promotor, con el objetivo de mejorar la calidad del producto final, instala una máquina filtradora y una embotelladora de aceite para poder comercializar el aceite de oliva al por menor, consiguiendo generar un mayor valor añadido al producto. Con esta experiencia innovadora se pretende que la nueva maquinaria a instalar, que consiste en una línea embotelladora de aceite en botellas de diferentes tamaños, suponga un salto cualitativo en la calidad del producto en lo que se refiere a su presentación a los clientes, ya que hasta la fecha se trabajaba en garrafa de plástico de cinco litros.



Mezquín-Matarraña-Bajo Aragón

La valorización de productos locales

El sector agroalimentario es un sector clave en nuestro territorio, es el que puede generar más empleo femenino e incrementar el valor añadido de nuestros productos de calidad. En el periodo Leader Plus se ha actuado en 35 empresas (16 promovidas por autónomos, 10 promovidas por sociedades civiles o mercantiles y nueve promovidas por cooperativas). De las 35 empresas, 10 son de nueva creación y 25 son empresas ya constituidas que se han modernizado.

La tipología de proyectos es muy diversa y suelen ser pequeñas inversiones.

PROYECTOS IMPULSADOS POR SECTORES

Modernización de explotaciones ecológicas. Son varias las explotaciones que realizan agricultura ecológica en el territorio; éstas son dirigidas por agricultores jóvenes que constituyeron la Asociación de Productores de Agricultura Ecológica del Bajo Aragón (Aproeba). El programa Leader Plus les ha ayudado a modernizar sus explotaciones de olivar, almendro y viña, adquiriendo nueva maquinaria que facilite las tareas agrícolas. Las explotaciones auxiliadas se ubican en Torrecilla de Alcañiz, Valjunquera, Valdehorto, Valdealgorfa, Calaceite y Torre del Compte.

Los productos procedentes de agricultura ecológica que se producen en estos momentos en nuestro territorio son el aceite de oliva virgen extra, aceituna negra, paté de aceituna negra, almendras, espárragos verdes, melocotón, vino y plantas aromáticas y medicinales.

Aceite de Oliva D.O. Bajo Aragón y aceituna de aderezo. Se han apoyado los proyectos de modernización de las cooperativas de Calaceite, Castelserás, Valdealgorfa y Mas de las Matas. Se ha



constituido una nueva empresa para la comercialización de aceite virgen extra en el municipio de La Fresneda, impulsada por una persona joven.

Almendra. Se han subvencionado dos proyectos: la modernización de la planta de descascarado de almendra en Valderrobres y el nuevo centro de secado de almendra con cáscara en Calanda.

Jamón D.O. Teruel. Aunque es un sector con gran capacidad de inversión, con la iniciativa Leader sólo se ha subvencionado un proyecto en Peñarroya de Tastavins.

Melocotón D.O. Calanda. Son tres empresas dedicadas a la manipulación y embalaje de melocotón con Denominación de Origen Calanda las auxiliadas por Omezymia: la Cooperativa de Aguaviva y dos empresas promovidas por jóvenes en Puig Moreno.

Vino de la Tierra Bajo Aragón. En Valderrobres se han apoyado dos nuevas bodegas.

Huevos de gallina. Se ha apoyado la modernización del centro de clasificación y embalaje de huevos de gallina en el municipio de La Fresneda.

Explotaciones helicícolas. Son dos los proyectos apoyados por Omezymia, ubicados en los pueblos de Beceite y Monroyo.

Servicios forestales. Se ha ayudado a modernizar tres empresas de servicios forestales con la adquisición de nueva maquinaria. Las empresas están ubicadas en los municipios de Mas de las Matas, Monroyo y Peñarroya de Tastavins.

Venta de productos. En Calaceite una mujer emprendedora ha puesto en marcha una nueva empresa para la venta de productos agroalimentarios y artesanía de la comarca.

Elaboración artesanal de productos. En Alcorisa se ha apoyado la modernización de un centro de producción de dulces que elabora "Piedrecicas del Calvario".

En Torrecilla de Alcañiz, se ha subvencionado la carnicería que elabora diferentes platos precocinados y patés con gran variedad de productos.

Semilla de cereales. Se ha subvencionado la adquisición de maquinaria para la modernización del centro de selección de semillas de cereales de la Cooperativa de Alcañiz.

Dos proyectos innovadores

Bodega ecológica Sorolla

Ubicada en una masía de Valderrobres, con este proyecto se ha modernizado la elaboración y comercialización de vinos procedentes de cultivo ecológico. El promotor es un joven agricultor que ha rehabilitado la masía, ha adquirido nueva maquinaria, equipamiento e instalaciones para realizar una vinificación más controlada, que le permita obtener vinos de alta calidad. También se le ha facilitado una formación específica en nuevas tecnologías de vinificación. La bodega comercializa el vino con el nombre Alar de Sorolla.

Quesería Freixneda de cabra

El promotor es un ganadero de cabras desde hace más de 10 años. Con este proyecto ha conseguido transformar en queso toda su producción de leche que obtiene en su explotación ganadera.

La inversión ha consistido en un edificio de nueva planta para albergar la quesería, instalaciones y maquinaria necesaria para realizar la transformación correctamente y adaptarse a la normativa vigente.

Con el programa Leader Plus, también se le ha facilitado la formación a través de un maestro quesero, lo que le ha permitido conseguir la máxima calidad en la transformación de su leche. Esto lo demuestra que ha conseguido ser finalista en las dos últimas ediciones del Salón Gourmetquesos en Madrid, con el queso denominado Cabriola. Elabora además otros tres tipos de queso con el nombre de Afinat, Capritx, y Capra Crua.



Prepirineo

La valorización de productos locales agrarios, eje de desarrollo

Plantearnos desde un principio una correcta valorización de los productos locales agrarios exigió analizar y partir de algunas de las potencialidades y fortalezas con las que en este campo cuenta el territorio.

El importante potencial de diversificación (artesanía agroalimentaria, servicios culturales y ambientales, agricultura ecológica,...), la capacidad y voluntad de innovación y cambio, la situación geográfica estratégica en un radio de acceso a diferentes mercados, la existencia de un clima social y empresarial favorable, la creciente aparición de focos de población de jóvenes y mujeres con formación y vinculación a la zona que impulsan o desean impulsar iniciativas junto a una progresiva concienciación de los agricultores y ganaderos de la necesidad de invertir esfuerzos en diversificar sus producciones, introducir la calidad y mejorar la competitividad de sus explotaciones como única solución a medio plazo, han sido algunas de las potencialidades sobre las que se han puesto en marcha actuaciones ligadas al tejido productivo local, en especial en aquellos casos en que la vinculación entre el recurso y el producto ha resultado más evidente, como es el caso de la actividad artesanal agroalimentaria.

Dichas líneas de actuación han contemplado básicamente el apoyo al desarrollo de estos subsectores, basado en la calidad de producto, en la mercadotecnia y en la cooperación entre productores.

El apoyo a la calidad ha sido un punto de partida básico para desarrollar



Agricultores ecológicos en Biofach.

una valorización de la producción local agraria que favorezca el desarrollo del medio rural, genere riqueza y garantice la actividad y el empleo en el sector.

Además de producir con calidad, el valor añadido de la producción local agraria ha surgido en la transformación y comercialización. La demanda creciente de producto artesano junto a la tendencia hacia una alimentación sana y natural permiten que desde el sector se contemplen unas razonables expectativas de obtención de rentas complementarias por esta vía.

Trabajar en la diversificación ha exigido la búsqueda de nuevas alternativas que complementen rentas, tales como la identificación de nichos y oportunidades para la diversificación agraria y la creación de empresas alternativas, la búsqueda y análisis de posibilidades de recursos alternativos y el apoyo a proyectos piloto con un efecto demostrativo

y motivacional importante de cara a nuevos promotores.

El apoyo a la cooperación y a la participación del sector agrario ha sido clave, fomentando la participación de los actores en procesos de organización tanto sectoriales como territoriales.

El programa ha permitido apoyar el desarrollo de pyme y servicios -principales creadores de valor añadido y empleo-, en especial centrando su apoyo en aquellas pequeñas iniciativas más innovadoras, facilitando la diversificación y la innovación.

Está demostrado que la creación de redes y la cooperación son aspectos que ofrecen un marco positivo para la circulación de información e intercambios entre quienes se hallan implicados en acciones de desarrollo rural.

Experiencias en el territorio

- El apoyo a la puesta en marcha de varias bodegas de vino en Ayerbe, Santa Eulalia de Gallego y Uncastillo, esta última de vino ecológico.

- El apoyo a la formación y asesoramiento a emprendedores mediante cursos, tutorías "ad hoc", masters, a la realización de estudios de viabilidad...

- La realización de eventos, como la I Feria de la Judía de Luesia, para retomar la producción de la judía, así como la de configurar un producto turístico.

- Las Ferias de Alternativas de productos locales en Sos y Ayerbe.

- El apoyo económico y técnico a asociaciones del sector, como el Colectivo de Artesanos del Prepirineo.

- La puesta en valor de productos endógenos, como las consolidadas Jornadas Micológicas anuales.

- El apoyo a los agricultores y ganaderos ecológicos en inversiones para almacenamiento y comercialización en Uncastillo y Castiliscar.

- Las mejoras en la recepción, transformación y embotellado de la producción de aceite en la zona de Ayerbe.

- El apoyo técnico a la Asociación de Agricultores Ecológicos de la Val de Onsenella, en acciones como la asistencia a Ferias (Bioterra, en Irán, ERA, en Panticosa; Qualimen). La creación de la web www.ecovaldeonse-lla.org, los encuentros con el Comité de Agricultura Ecológica, técnicos de DGA y miembros de cooperativas y sindicatos, las 1^{as} Jornadas sobre Agricultura Ecológica del Prepirineo, y un estudio sobre las posibilidades de la agricultura ecológica en el territorio.



Ribera Alta del Ebro

Laboratorios Beiker, un ejemplo de innovación alimentaria

El objetivo del proyecto realizado por Laboratorios Beiker, de próxima implantación en la Ribera Alta del Ebro (Alagón), es la creación de nuevas instalaciones y la adquisición de equipamientos necesarios para ampliar y desarrollar una línea de negocio basada en la producción de alimentos específicos de panadería para colectivos como diabéticos, celíacos, etc., utilizando materias primas en expansión como harinas biológicas. Para ello se prevé utilizar equipamientos de alta tecnología con los que se ejecutará los procesos de I+D+I desarrollados por la citada empresa y ampliar notablemente las instalaciones.



Productos elaborados por Laboratorios Beiker.



La empresa solicitante, nace y está relacionada con la franquicia aragonesa Panishop, característica por sus imaginativas fórmulas de comercialización, que cuenta con 50 establecimientos comerciales en seis Comunidades españolas, dotándola por tanto de una elevada capacidad de distribución y comercialización. Se pretende iniciar una nueva línea de negocio, basada en productos biológicos y para diabéticos. Entre los nuevos productos a potenciar dentro de un mercado en expansión se pueden citar: pasta y galletas sin gluten, pasta, arroz y harina biológica sin gluten, aunando en un solo producto características escasas y necesarias para los enfermos celíacos. Esta enfermedad se basa en la intolerancia al gluten, proteína presente en algunos cereales, que produce una lesión severa de la mucosa del intestino delgado y cuyo único tratamiento es una dieta estricta sin gluten de por vida.

Se busca ampliar la oferta de productos de pasta con un sabor agradable,

buena presentación, caducidad amplia, realizada con materias naturales y a un precio asequible, cubriendo las necesidades nutricionales de los enfermos y mejorando su calidad de vida. Los productos fabricados garantizan en su etiquetado la ausencia de gluten.

Estos productos son complejos y caros pues exigen instalaciones separadas que eviten contaminación y que usen tecnologías específicas. Para ello, se está desarrollando un proyecto de I+D+I en colaboración con el Centro de Desarrollo Tecnológico Industrial que cuenta con el apoyo de la Federación de Asociaciones de Celíacos de España y que ha recibido el **galardón Iberoeka del Ministerio de Industria**, se trata de la máxima distinción como empresa innovadora y se ha concedido al proyecto de desarrollo e innovación de productos sin gluten.

La calidad de estos productos puede avalar la capacidad competitiva de la empresa, en un mercado en el que las

empresas fabricantes de alimentos sin gluten no pueden garantizar el máximo de calidad requerido ya que el proceso productivo se lleva a cabo en las mismas instalaciones que se utilizan para el resto de alimentos (con gluten). Esto genera contaminación con la consiguiente repercusión negativa para los enfermos.

Con la inversión apoyada por el Proder de la Ribera Alta del Ebro se conseguirá además ahorrar tiempos, reducir costes, mejorar la logística de la empresa así como informatizar y automatizar gran parte del proceso productivo, mejorando también las condiciones de los trabajadores. El proyecto permitirá consolidar los 13 empleos con los que cuenta en la actualidad y creará cuatro empleos más a corto plazo. La rentabilidad, la innovación y su implicación en el territorio hacen que el proyecto pueda considerarse un ejemplo a seguir en el sector agroalimentario.

Las mujeres de la Ribera Alta del Ebro, grandes protagonistas de la alimentación

Muchos son los ejemplos de mujeres empresarias en la Ribera Alta del Ebro, testigos de una tradición familiar que en algunos casos, como el de Sara Supervía, de Remolinos, cuentan con más de cuatro generaciones de saber hacer en el sector de la alimentación.

Se trata de mujeres que han heredado las fórmulas de sus madres y abuelas y que con el tiempo y las exigencias sanitarias actuales han incorporado nuevas técnicas de elaboración y envasado a sus productos cárnicos para mejorar la conservación y presentación de los productos, incrementar la seguridad y calidad alimentaria, cumplir los parámetros exigidos por la normativa, así como ahorrar tiempo y energía al distribuir mejor y concentrar todos los procesos de preparación y servicio al público. En algunos de estos proyectos apoyados por el Proder también se han introducido procesos informatizados de control de costes.

Todas ellas trabajan en obradores cárnicos en los que además del producto fresco se elaboran chorizos, longanizas, butifarras, morcillas y salazones y se secan embutidos y jamones. Es de destacar la longaniza de Pradilla, muy conocida en la localidad y en la comarca.

Las más innovadoras, o que se ubican en municipios de mayor demanda, elaboran productos precocinados como croquetas, canelones, pimientos rellenos, etc.

Son proyectos que consolidan el empleo de la promotora y aseguran la pervivencia de un servicio de proximidad muy valorado, a la vez que utilizan productos cárnicos de nuestra región, favoreciendo las rentas de otros sectores.



Sierra de Albarracín

El asociacionismo agroalimentario: una apuesta por el futuro

El sector agroalimentario en la Sierra de Albarracín se ha desarrollado en los últimos años con la creación de nuevas empresas y la ampliación de las existentes dedicadas a la transformación y valorización de productos agroalimentarios. Por ello, y como actividad destinada a fomentar el espíritu emprendedor en la zona, la Asociación para el Desarrollo Rural Integral de la Sierra de Albarracín (Asiader) está apoyando tanto la creación de la Asociación de Artesanos Agroalimentarios de la Sierra de Albarracín (AASA) como los diversos proyectos que ésta ha puesto en marcha y que están relacionados principalmente con la comercialización de los productos agroalimentarios de sus asociados.

Esta asociación que trata de impulsar y dinamizar la actividad económica local, está sirviendo de elemento de cohesión en la generación de una identidad comarcal propia, al estar formada por jóvenes empresarios que apuestan por su futuro en el medio rural. Además, dentro de la rama agroalimentaria, la creación de la misma ha sido una iniciativa pionera y sus socios han visto en el desarrollo de esta actividad complementaria el comienzo de la comercialización conjunta para dar a conocer a través de un catálogo sus productos: queso, jamón, elaborados cárnicos, embutidos de caza y embutidos tradicionales, detallando sus características y haciendo hincapié en su proceso de elaboración artesanal.

Esta asociación, de reciente creación, persigue la valorización de los productos locales dando una mayor divulgación y promoción de los mismos. Así, AASA ha puesto en marcha diferentes proyectos, como la participación en las ferias locales y regionales para darse a conocer y presentar sus productos a la población local, así como la adquisición de vitrinas expositoras que se han repartido por



Participación en ferias.

diferentes establecimientos de la zona. Todo ello con el fin de conseguir la conservación adecuada de los productos expuestos y fomentar el consumo de los productos locales que elaboran de forma artesanal y tan directamente están relacionados con nuestra cultura culinaria y nuestra forma de vida.

Además, AASA ha participado por primera vez en el XIX Salón Internacional del Club de Gourmets celebrado en Madrid. Esta Feria Internacional, de carácter exclusivamente profesional y dedicada a los productos de alimentación de calidad, ha servido a los miembros de esta asociación para hacer contactos con profesionales del sector pertenecientes a otras Comunidades Autónomas, los cuales están dando ya sus primeros frutos.

De los miembros de esta Asociación surgió la idea de realizar la I Muestra Gastronómica de la Sierra celebrada recientemente en Tramacastilla, cuyo



Productos agroalimentarios de la Sierra de Albarracín.

organizador fue Asiader, con un gran éxito, tanto por los cocineros de reconocido prestigio, que elaboraron recetas con productos de la zona, como por los establecimientos locales que participaron en la misma.

Por todo ello, y por los proyectos futuros en los que esta asociación está trabajando, como la creación de una imagen de producto de la Sierra para ofrecer a los visitantes y comerciantes un producto elaborado, tratado y curado en esta comarca, podemos decir que se ha creado una estructura asociativa estable que cuenta cada día más con el reconocimiento de la población local.

Horno-Panadería municipal y llegada de nuevos pobladores a Frías de Albarracín

Como bien explica Benito Lacasa Frías, Alcalde de Frías de Albarracín, cuando la iniciativa privada en una localidad es nula, un Ayuntamiento tiene la obligación de intentar mantener los servicios básicos necesarios para la supervivencia del municipio. Por ello, esta localidad tras 18 años sin servicio de panadería, ha creado esta infraestructura con el fin de que una nueva familia se instale en el municipio, contribuyendo de esta forma también al mantenimiento de la escuela.

Así, llegaron a Frías de Albarracín Gustavo y Gabriela, acompañados de sus dos hijas, para gestionar el horno municipal. Su llegada, a través del programa de cooperación interterritorial Abraza la Tierra, ha sido todo un éxito. Sus ganas de vivir en un medio rural, donde los valores personales y la calidad de vida se incrementan, así como su capacidad de adaptación, ha hecho que en estos momentos esta familia, haya pasado a ser, en tan sólo cinco meses que llevan viviendo en Frías de Albarracín, pueblo que gentilmente puso a su alcance la realización de todo un sueño de vida, unos nuevos vecinos perfectamente integrados en su vida social y económica.

Para esta familia el apoyo recibido a nivel institucional ha sido fundamental y necesario ya que no conocían ni el pueblo ni la zona a la que se han trasladado a vivir. Su carácter afable y abierto ha hecho todo lo demás, pudiendo decir que este matrimonio y sus hijas forman ya parte de la vida cotidiana de este pequeño municipio de la Sierra de Albarracín.



Sobrarbe-Ribagorza

La Asociación de Agroalimentarios de La Ribagorza

La Asociación de Productores Agroalimentarios de la Ribagorza nace a expensas del Departamento de Agricultura del Gobierno de Aragón, como una experiencia pionera en la puesta en marcha de acciones comunes para empresas de diferentes territorios; al mismo tiempo que esta Asociación nace una en cada una de las otras dos provincias de Aragón.

La crisis de la economía tradicional, mayoritariamente sustentada en la agricultura y la ganadería, contrasta con el importante auge de las industrias de transformación agroalimentaria, como respuesta a la importancia de la producción del sector primario en la zona y que, gracias al apoyo del Cedesor, se han modernizado y convertido en un factor clave para el desarrollo de nuestros territorios. El Centro de Desarrollo de Sobrarbe y Ribagorza, siempre ha apostado por este tipo de iniciativas. Como muestra de la importancia de una entidad de este tipo, consideramos que tenía que formar parte de la Junta Directiva, como motor de desarrollo en el sector agroalimentario.

Partiendo de estos antecedentes, la Asociación nace con dos lazos de unión: un territorio común, la Ribagorza, y los alimentos de la tierra, los productos con una vinculación histórica al territorio.

Las líneas de trabajo de esta asociación son fundamentalmente tres:

- defensa de la calidad de los productos agroalimentarios de La Ribagorza: el factor de éxito de las empresas agroalimentarias es la calidad de sus productos, por ser todas ellas de ámbito familiar. Existe ya un elevado número de productos con la C de Calidad: longaniza, quesos, florentina, turrón...
- promoción conjunta: asistencia a ferias y exposiciones. Dado que se trata fundamentalmente de pequeñas industrias, la promoción conjunta de los



Paisaje de Ribagorza.

alimentos garantiza un mayor éxito y un menor esfuerzo.

- asesoramiento general: las características del territorio, con un alto índice de envejecimiento y una enorme dispersión, además de un problema de comunicaciones, hace que este aspecto se convierta en uno de los ejes fundamentales para los empresarios. En este ámbito se abordan aspectos como la normativa legal y la relación con las diferentes administraciones.

Los principales problemas de la Asociación son la heterogeneidad de sus empresas, la dificultad añadida que les da su ámbito familiar y la distancia geográfica. Los miembros de la Asociación creen que la valorización de los sistemas de producción local constituye verdaderos motores de desarrollo, también para sus propias empresas, destacando la especificidad de aquellos productos avalados por marchamos de calidad, ya que estos productos garantizan al consumidor la autenticidad y la calidad. Al amparo de esta Asociación sus miem-

bro han conseguido introducir nuevos productos en el mercado, conjugando tradición con innovación.

La Asociación participa en el proyecto Interreg Realite, tradición del camino, cuyo objetivo final es construir una red estable de cooperación ente agrupaciones de pequeños productores de alimentos tradicionales de calidad del Pirineo. En este proyecto participan diferentes territorios de España y de Francia, cuyo nexo de unión son los productos agroalimentarios y los Pirineos.

La Asociación, que nació como experiencia piloto en nuestro territorio, ha logrado cumplir su principal fin: demostrar la importancia del asociacionismo como motor de desarrollo para las empresas; las trabas encontradas al inicio por la dinámica en que estaban inmersas las industrias han pasado a convertirse en una mejor disposición a la cooperación en todos los ámbitos y especialmente en la comercialización de productos de calidad.

Listado de proyectos aprobados

Carmen Cano Aguilera (Tolva). Nueva industria agroalimentaria de producción artesana de caramelos.

Casa Begué (Campo). Elaboradora de productos cárnicos frescos artesanales que mejora su industria y moderniza su punto de venta.

Embutidos Artesanos Melsa (Graus). Industria cárnica con gran tradición familiar que adquiere maquinaria.

Conservas Cárnicas Valle La Fueva (Tierrantona). Nueva industria cárnica de elaboración de conservas de carne en aceite, preferentemente de porcino, a base de lomo, costilla y longaniza.

Andrés Bielsa Miró (Saravillo). Quesería artesana que diversifica su oferta (yogurt, queso con mayor tiempo de curación) e invierte para mantener un ritmo de elaboración del queso más estable.

Cornudella Orrit Viveros (Cornudella). Nueva empresa de producción de trufa.

Chocolates Fraim (Benabarre). Nueva nave y adquisición de nueva maquinaria.

Pastelería F. Puyet (Graus). Pastelería artesana que crea y comercializa productos de calidad, potenciando derivados de la almendra y cacao.

María Pérez Pérez (La Puebla de Castro). Fábrica de embutidos que adquiere maquinaria para optimizar la producción y aumentar la calidad del producto.

Embutidos Aventín (Graus). Elaboradora de productos cárnicos desde hace más de 40 años que adquiere nueva maquinaria para seguir mejorando la calidad y la presentación.

Rafael Solano Ballarín (Benabarre). Panadería artesanal que adquiere nueva maquinaria para elevar la producción.

Enrique Larruy Santalaría (Laguarres). Embotelladora de vino de tradición familiar que lleva al mercado nuevos productos de más calidad.



Somontano de Barbastro

El valor de la industria agroalimentaria

La industria agroalimentaria parece estar llamada a desempeñar un papel fundamental en el desarrollo de la comarca de Somontano de Barbastro. La industria vinícola es el mejor exponente del sector; ha experimentado en los últimos 10 años un crecimiento continuado en producción y comercialización, y se ha posicionado de forma muy competitiva en el mercado. Las bodegas de la Denominación de Origen Somontano han mostrado a la población local todo el potencial de desarrollo que ofrece la transformación de un cultivo tradicional, han generado confianza al territorio, y han creado una imagen exterior muy positiva. Constituyen todo un ejemplo para la dinamización de otras empresas y sectores del territorio.

También en esta comarca otros productos y empresas agroalimentarios son valores para su desarrollo. Las empresas cárnicas, por ejemplo, son también muy dinámicas, y en los últimos años han impulsado proyectos de modernización, mejora de la calidad, o apertura a mercados exteriores que fueron apoyados por el Ceder Somontano con el programa Leader II.

Así mismo, con Leader II se impulsó la puesta en marcha y la consolidación de empresas de artesanía agroalimentaria y de la asociación Somontano Natural que las integra. Se trata de una decena de empresas que elaboran una variada gama de productos (quesos, mermeladas, pastas artesanas, miel...) apoyándose en materias primas del territorio, métodos de elaboración tradicional, etc., que conforman una atractiva oferta de productos locales para el turismo.



Conferencia de promoción del olivo y del aceite de oliva en Castillazuelo, en agosto pasado.

Con el programa Leader Plus el Ceder Somontano ha orientado especialmente su labor en este ámbito a promocionar el olivo y el aceite del olivo, que cuentan hoy con interesantes oportunidades para potenciar su competitividad: pese a que la producción no es muy alta, sí es de gran calidad, y existen variedades de olivo locales que podrían servir de elemento diferenciador de los aceites en el mercado; la marca Somontano creada por el vino puede facilitar la comercialización del aceite. El aceite de oliva es uno de los alimentos emblemáticos de la dieta mediterránea, paradigma de la alimentación saludable; hay nuevos mercados como el turismo, que demandan y aprecian el producto cada vez más.

Desde finales de 2004, el Ceder y la Comarca del Somontano trabajan juntos en un Plan de Promoción del Olivo y el aceite con el objetivo mejorar la competitividad del sector y preservar la identidad cultural y paisajística del Somontano. En una primera fase se ha realizado un diagnóstico del sector y se ha comenzado el estudio y caracterización de seis variedades locales y sus aceites. También se han

realizado varias reuniones de debate con los diferentes agentes del sector oleícola. Con el objetivo de sensibilizar a la población, se han editado folletos informativos que destacan los valores ambientales y paisajísticos, así como la importancia del olivo para el desarrollo local. También se están llevando una serie de charlas con degustaciones comentadas por un especialista, acompañadas por una exposición itinerante sobre el olivo. Apoyando todo esto, la Comarca ha puesto en marcha visitas guiadas a un molino recientemente rehabilitado.

Esta primera fase, se completa con otras actuaciones integradas en un proyecto de cooperación con el Priorat, dirigidas a promocionar la conexión del sector del vino con el del aceite, y el aprovechamiento turístico de ambos sectores. Se contemplan actuaciones como los estudios encaminados a mejorar la calidad, la formación y asistencia técnica, la promoción colectiva, jornadas de intercambio entre sectores, o el diseño de rutas turísticas.

Plataforma de comercio electrónico para los artesanos agroalimentarios del Somontano

Las empresas de artesanía agroalimentaria, agrupadas en la asociación Somontano Natural, trabajan conjuntamente en la promoción y comercialización. El Ceder Somontano las acompaña actualmente en la definición de nuevas acciones y la gestión de subvenciones. En el año 2005 por ejemplo, participaron en diversas ferias en Aragón, y editaron un recetario para orientar a los clientes sobre el consumo de estos productos. En el año 2006 han previsto publicar un folleto que difunda los vínculos de sus productos con los atractivos turísticos del entorno en el que se elaboran, y quieren promocionar su nombre, Somontano Natural, como "label" que los diferencie en el mercado.

Por otra parte, el Ceder, en colaboración con la Comarca y apoyándose en los recursos del proyecto de cooperación interterritorial Pon Aragón en tu mesa, está ultimando la creación de una plataforma de comercio electrónico para los productos artesanos agroalimentarios. Se trata de una tienda virtual, mediante la cual los artesanos tendrán una vía más amplia de comercialización con todas las posibilidades que ofrece Internet. La tienda está conectada con un almacén y una empresa de logística que facilitan todo el proceso hasta que el producto llegue a manos del consumidor (embalaje, transporte, gestión de reembolsos e incidencias, etc.).



Tierras del Jiloca-Gallocanta

Nuevas ideas en el campo de la agroalimentación

RECUPERACIÓN DEL CULTIVO DEL AZAFRÁN EN EL VALLE DEL JILOCA

Algunos lo llaman el oro de la cocina... El cultivo del azafrán ha tenido en el pasado una gran raigambre en las tierras del valle del Jiloca, contribuyendo decisivamente durante mucho tiempo a la economía agraria de las familias. Hasta mediados del siglo XX, la superficie provincial de cultivo podría cifrarse en unas 2.000 hectáreas, manteniéndose en estos niveles hasta la década de los 80, fecha en la que se inicia una progresiva tendencia a la baja. Esa tendencia se ha acentuado drásticamente en los últimos años, de manera que hoy en día el cultivo es prácticamente testimonial, no superando la superficie provincial de cultivo las cuatro hectáreas.

Para invertir esta tendencia decadente, los productores de azafrán del valle del Jiloca se han unido y han creado una asociación con el objetivo de revitalizar y recuperar el cultivo tradicional de este apreciado condimento gastronómico. La asociación que lleva inscrita en el registro de asociaciones de la Comunidad Autónoma desde agosto de 2005, se ha fijado ya un completo calendario de actuaciones entre las que figuran la participación en ferias regionales, nacionales e internacionales, la colaboración en jornadas y charlas informativas y la elaboración de estudios agroalimentarios sobre el azafrán del Jiloca que determinen las características de éste y permitan avanzar en la mejora del producto.

Desde su constitución hace medio año, la colaboración entre la Asociación de Productores de Azafrán del Jiloca y ADRI ha sido constante y en la actualidad se desarrolla en dos direcciones: por un

lado, ADRI presta su apoyo en el trabajo de documentación que se está realizando para conseguir la denominación de origen; y, por otro, ADRI ha incluido al azafrán del Jiloca en el proyecto de cooperación impulsado por los Grupos de Desarrollo aragoneses Pon Aragón en tu mesa. En este sentido, las actuaciones previstas se centran en la labor de divulgación del producto del azafrán.

INSTALACIÓN DE UNA PLANTA DE PROCESADO DE NUECES ECOLÓGICAS EN VILLANUEVA DEL JILOCA

Y si exquisito es el azafrán del Jiloca, igualmente apreciadas son las nueces del campo de Daroca. Dicen sus productores que el suelo de estas tierras, la altitud y el clima frío y seco dan como fruto unas nueces de excelente sabor y primerísima calidad. Rocío Clapés es una mujer emprendedora que ha recurrido a la ayuda de ADRI para la instalación de un procesamiento de nueces en su finca de Villanueva del Jiloca. La familia de Rocío es productora de nueces desde hace 25 años, y hace dos decidió variar la técnica de cultivo eliminando del proceso todos

los productos químicos para apostar por un cultivo ecológico. La nueva planta de tratamiento subvencionada por ADRI, permite mejorar el secado de las nueces y su clasificación por tamaños para ofrecer un producto de calidad superior. El objetivo es hacerse un hueco en un mercado muy competitivo en el que tienen que vérselas con las nueces de California y francesas de peor sabor e inferior calidad pero precio de venta más reducido.

Actualmente, Rocío y su familia ya están trabajando en el desarrollo de su proyecto de venta directa que pasa por la creación de una página web a través de la cual vender sus nueces a todo el mundo.

ADRI apoya iniciativas que como éstas buscan nuevas salidas al sector agrario y apuestan firmemente por los productos de calidad. El objetivo es alcanzar el reconocimiento y trabajar por una denominación de origen de calidad.

Apuesta por la cooperación

PAISAJES DE LA CELTIBERIA

Este proyecto de cooperación interterritorial fue aprobado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) en mayo de 2005. Paisajes de la Celtiberia (Paice) es una iniciativa impulsada por la Asociación Adir-Iberkeltia que aglutina a Grupos de Acción Local de cuatro Comunidades Autónomas y que preside ADRI. Con esta iniciativa, se pretende poner en valor la cultura celtibera, su influencia a lo largo del tiempo y en el territorio.

En el marco de este proyecto, Adir-Iberkeltia firmó sendos convenios en 2005 con el Centro de Estudios Celtibéricos Segeda, para asesoramiento científico, y con el Centro de Estudios del Jiloca, que se encargará de la oficina técnica.

PROYECTO RETO-GRUS

El 30 de noviembre de 2005 se presentó en el MAPA la imagen corporativa de la Red Europea de Turismo Ornitológico (RETO) y se firmó el convenio entre los 15 grupos impulsores (13 españoles y dos franceses). ADRI Jiloca-Gallocanta coordina este proyecto transnacional que continúa la línea de trabajo iniciada por la iniciativa GRUS desarrollada en el Leader II.

Para ejecutar las acciones individuales, denominadas Línea de Aves, ADRI firmó el 30 de diciembre de 2005 un convenio con la Asociación de Amigos de Gallocanta para realizar, entre otras, las próximas ediciones de la Fiesta de las Grullas y las Jornadas Técnicas Divulgativas sobre Grullas, además de diversos cursos y folletos sobre el medio ambiente.



Tierras del Moncayo

Apicultura ecológica en el Moncayo

El aprovechamiento de los recursos apícolas del Moncayo cuenta con una tradición que se remonta al siglo XVII y que, en la actualidad, permite a los apicultores practicar su actividad con un buen nivel productivo y tecnológico. Pero si el Moncayo es una zona propicia para la apicultura, aún lo es más para una explotación ecológica, por las posibilidades que ofrecen sus floraciones. Así lo entendió Raimundo Santander quien en el año 2002 puso en marcha una explotación ecológica de miel con el nombre de **Lai&Mel** cuya planta de extracción y envasado se encuentra en la localidad de Bulbuent y sus asentamientos en Litago. Beneficiario de la Iniciativa Leader, su experiencia puede ser ejemplificadora para quienes decidan dedicarse al aprovechamiento de los recursos del medio natural.

El proyecto de este apicultor, cuya actividad laboral anterior se había desarrollado en el ámbito de la automoción, surgió como una alternativa profesional que le permitía dar un giro a su vida laboral y acercarse al medio natural.

Desde el primer momento, la carencia de conocimientos en apicultura se solventó mediante la formación y una buena metodología de trabajo, siendo clave para iniciarse en el manejo de la colmena el apoyo de un familiar apicultor, Alejandro Cruz, y del veterinario de la ADS de Zaragoza, Alfredo Sanz.

Tiempo después de empezar a trabajar con sus propias colmenas, recibió el apoyo económico de la Iniciativa Leader para la construcción de una nave dedicada a la extracción y envasado de la miel. Se cerraba una etapa tras la que sólo quedaba una incógnita: la de los resul-



Colmenar de Litago.

tados. Ante dificultades como el bajo precio de la miel o la entrada de producto de otros países, el promotor optó por producir miel de alta calidad, elaborada con métodos ecológicos. Tras dirigirse al Comité Aragonés de Agricultura Ecológica y conocer los pasos a seguir, se trataba de buscar un emplazamiento adecuado que finalmente encontró en la localidad moncaína de Litago.

Por aquel entonces no había en Zaragoza nadie que envasase miel con el sello ecológico, por lo que Raimundo Santander se convertía en el primer apicultor envasador de este producto.

Comenzaba entonces la verdadera aventura de la producción ecológica, no exenta de dificultades puesto que, además del emplazamiento y de los tratamientos fitosanitarios que asegurasen que la miel procediese de fuentes florales silvestres, había que garantizar que la cera donde las abejas depositan la miel estuviese libre de residuos tóxicos. Para lograrlo, Raimundo dispone de una laminadora que le permite fundir y reutilizar la cera de su propia explotación.

Respecto a la comercialización del producto, el problema no reside tanto en vender la miel cuanto en producir mayores cantidades ya que no hay suficiente miel ecológica para un mercado en creciente expansión. En el caso de Raimundo, el número de colmenas no es suficiente para afrontar la demanda actual. Durante los dos primeros años ha abierto mercado en Zaragoza, Navarra y País Vasco, lo que satisface sus necesidades de venta.

En cuanto a los resultados obtenidos, la cosecha del 2005 ha sido un 70% inferior a lo esperado debido a la sequía. Sin embargo, el próximo año espera aumentar el número de colmenas a 200 por lo que la producción, si la climatología acompaña, puede alcanzar las cuatro toneladas de miel.

En palabras del promotor, la clave de unos buenos resultados en agricultura ecológica, es que la filosofía de la empresa sea consecuente con su producto. Este es el caso de Lai&Mel, una empresa basada en la ecología y el bienestar del medio ambiente.

Proyectos aprobados en las últimas reuniones del Consejo Coordinador de Asomo

En la medida de Servicios a la población, se aprobó la mejora y ampliación de la ludoteca municipal de Tarazona, servicio que cuenta con una demanda creciente por parte de la población.

En Transformación y comercialización agraria, se aprobaron dos proyectos, el primero ubicado en Borja y consistente en la adquisición de maquinaria realizada por una empresa dedicada a la elaboración y envasado de aceite de oliva virgen y el segundo de ellos, en Fuendejalón, dedicado a la recolección, manufacturación y comercialización de plantas aromáticas y medicinales.

Dentro de la medida de Pyme, fue aprobado un proyecto consistente en la creación de empresa dedicada a la restauración de bienes muebles e inmuebles que se ubicará en Borja.

La medida de Valorización del patrimonio cultural estuvo representada por la restauración de una ermita en Pozuelo de Aragón, la restauración de un abejar en Borja y la creación de la Casa del Poeta en Trasmuz, iniciativa de la Asociación Olifante que cuenta con una destacable trayectoria en el ámbito cultural.

Por lo que se refiere a la medida de Turismo, fueron aprobadas las ayudas a los Festivales Tierras del Moncayo, organizados por la Comarca de Tarazona y el Moncayo.

Por otra parte, se aprobó la colaboración de Asomo con la Gerencia del Parque Natural del Moncayo en la organización de foros locales de debate tendentes a la realización del Plan de Desarrollo Socioeconómico del Parque Natural así como en la cesión de la sede de la Asociación para la realización de las mismas.



Valdejalón-Campo de Cariñena

Impulso a los productos agroalimentarios. Una iniciativa que nace bajo el amparo de Fedivalca

El día 29 de junio se reunió, por primera vez, en la sede de Épila de la Federación para el Desarrollo Rural de Valdejalón y Campo de Cariñena (Fedivalca), la Mesa de Trabajo de Transformación y Comercialización de Productos Agroalimentarios de Calidad de estas dos comarcas, a la que asistieron 17 personas, particulares y representantes de las distintas empresas que operan en la comarca, involucradas en la puesta en valor de los alimentos que se producen y transforman en nuestro territorio. A la próxima reunión se incorporarán otras 14 personas.



Mesa de Trabajo de Transformación y Comercialización de productos.

La mesa trató tres objetivos principales. El primero intenta dar a conocer el Proyecto de Cooperación Interterritorial de la Promoción Agroalimentaria, presentado por Adicca y Adival, las asociaciones de desarrollo de ambas delimitaciones, al programa Proder, que servirá para la promoción de los productos de estos territorios, centrándose en una primera fase en tres líneas básicas de alimentos (vino, cavas y bebidas alcohólicas, productos ecológicos y con la C de Calidad, y fruta y verdura fresca).

El segundo objetivo es la creación de una red de trabajo conjunto en materias de promoción, comercialización y apoyo de los productos agroalimentarios de calidad que se produzcan o transformen en ambas comarcas para poder crear una asociación de empresarios agroalimentarios o una sección dentro del Centro de Desarrollo, pero decidieron comenzar con una sección integrada dentro de Fedivalca.

Y como tercer objetivo, se propuso

crear una marca común de territorio, general o específica por familias de productos. Los asistentes apostaron por crear la imagen de los productos del territorio basándose en la calidad. El fin de esta Mesa es definir las directrices en materia de transformación y comercialización de productos agroalimentarios y de calidad para el próximo periodo de subvenciones Proder de 2007 a 2013.

El resto de los objetivos marcados por la Mesa son:

- Realizar una comercialización conjunta por medio de esa persona a media jornada.
- Realizar una difusión de territorio, por medio de un catálogo de productos de la comarca.
- Búsqueda de información sobre la transformación de los productos agrarios.
- Establecer un verdadero vínculo entre la Cámara de Comercio y los productores para la realización de los

estudios de viabilidad, de nuevas actividades, ya sea por la transformación de los productos primarios, o por la diferente comercialización del mismo, por ejemplo, el envasado en madera.

- Creación de una marca de localización territorial.
- Creación de un centro de información para todos los productores. Red de Información. Accesibilidad.
- Realización de una semana de productos de la comarca en una gran superficie de Zaragoza.

El punto final de la reunión fue la elección de los coordinadores de la Mesa de Transformación, José Miguel Sanz por Valdejalón e Isidoro Lorente por Campo de Cariñena. Se prevé que a finales de verano se realicen más reuniones, cada dos o tres meses, para poder progresar en los productos de Aragón.

Experiencias Formativas Agroalimentarias

ANÁLISIS SENSORIAL DEL VINO, CARIÑENA, I EDICIÓN. El curso fue ideado de forma que las clases fueran prácticas y sencillas para que ayudaran a los alumnos a diferenciar los caldos de calidad. El curso concluyó con la visita a las bodegas Pablo y Manuel Moneva e hijos y Solar de Urbezo.

ANÁLISIS SENSORIAL DEL VINO, ÉPILA, II EDICIÓN. La fuerte demanda que tuvo el curso de cata que se impartió en Cariñena, nos dio pie para proponer una nueva edición. Esta segunda propuesta parte de la idea de formar a todas las personas que están relacionadas directamente con el mundo del vino.

ANÁLISIS SENSORIAL DEL VINO, COSUENDA, III EDICIÓN. En esta ocasión, el curso concluyó con un concurso de cata con los alumnos y con las visitas a las bodegas, donde se realizaron catas de vinos fuera de mercado.

GASTRONOMÍA TRADICIONAL. La realización de este curso de Gastronomía Tradicional constituye en sí misma una acción totalmente innovadora, ya no por la realización del curso, que se va a centrar especialmente en la gastronomía de Valdejalón, sino por la posterior realización de un libro de recetas.

REPOSTERÍA ARTESANAL: Este curso puso a disposición de los participantes la posibilidad de aprender los procesos y conocimientos de una repostería artesanal que está causando un gran impacto en el mercado aragonés.

AGRICULTURA ECOLÓGICA: Este curso contó con 12 alumnos relacionados con el mundo de la agricultura. Se realizaron tres visitas a plantaciones ecológicas, la última de ellas a la Bodega Lágrima Virgen de Tosos. La clausura ha partido de las iniciativas de los alumnos, ya que todas nuestras acciones formativas están vivas hasta la evaluación final.



Zona Oriental de Huesca

La aplicación del Proder en el sector agroalimentario

El Proder de la zona oriental de Huesca ha supuesto un importante revulsivo en el número de empresas, tanto creadas como consolidadas. Se trata de unas comarcas en las que el sector primario sigue teniendo un importante peso económico, aunque la población que vive de él está cada vez más envejecida, algo más notable cuanto más pequeño es el municipio. El programa ha procurado diversificar la economía, apostando por la creación de puestos de trabajo y por apoyar las iniciativas encaminadas a dar servicios hasta ahora inexistentes.



La Asociación agroalimentaria de La Litera, en Qualimen.

Por ello se ha pretendido contribuir a poner de manifiesto los productos agroalimentarios a través de la creación de marcas de calidad y de su potenciación con campañas de promoción así como a captar inversiones productivas que contribuyan al asentamiento de la población en sus municipios.

Gracias a las medidas de comercialización y transformación de productos agrarios muchos jóvenes han retomado negocios familiares abocados a desaparecer y otros han creado sus propias empresas. La formación que han seguido les ha servido para adaptarse a las nuevas circunstancias de la vida en el medio rural, lo que ha favorecido la modernización del sector, acompañada en muchos casos de ampliaciones de negocios adaptados a las demandas del mercado.

Dentro de la comercialización de productos agrarios, destaca la puesta en marcha de proyectos a partir de sociedades, siendo las anónimas las que han promovido más actuaciones. Muchos proyectos han sido impulsados desde los Ayuntamientos, destinados a la búsqueda de marcas de calidad o a la promoción de

los productos locales. Numerosas empresas han creado una marca comercial propia y han realizado campañas publicitarias en las que destacan sus puntos de venta. En la mayor parte de los casos, esto se ha acompañado de un relanzamiento de sus productos que han tenido que ir adaptándose a los nuevos tiempos a través de envases más atractivos y respetuosos con el medio ambiente. También se ha apoyado la asistencia a ferias sectoriales.

Muchos agricultores y ganaderos, se han lanzado a nuevas aventuras empresariales al abrir comercios destinados a la venta de sus propios productos, se han construido obradores para elaborar productos cárnicos artesanales y se ha apoyado la

modernización de panaderías tradicionales. También se han creado talleres para la comercialización de productos ecológicos en ocasiones transformados, como zumos, vinos, frutas y hortalizas.



Fonzbio: Comercialización de ajos ecológicos en Fonz.



Muestra de productos de la zona en Aceites del Cinca.

La Asociación de Productores Agroalimentarios de La Litera

El pasado mes de julio nació en la comarca de La Litera una asociación sin ánimo de lucro formada por empresarios productores y/o transformadores de productos agroalimentarios de la zona.

Cuenta con representantes de los sectores de la fruta, carne, aceite, frutos secos, lácteos, repostería, pastelería y panadería y tiene como principal objetivo la promoción de los productos de sus asociados basados en la calidad como eje básico.

Gracias a la estrecha colaboración que mantiene con la Comarca, la asociación va a realizar un diagnóstico de la situación real de sus productores para establecer la reglamentación válida para ceder la marca Productos de La Litera y se baraja la posibilidad de participar en proyectos europeos.

Ceder Zona Oriental de Huesca ha mostrado su apoyo desde el principio a esta asociación; por ello se les eligió como representantes en la I Feria Internacional de Alimentación Qualimen que se celebró en Zaragoza el pasado mes de junio. A partir de ahí, se ha apoyado especialmente a los asociados en sus proyectos individuales de mejora.

También se ha subvencionado la participación en ferias en las que dar a conocer sus productos y la edición de folletos y catálogos de la asociación.

Pon Aragón en tu mesa

Nuestros pueblos, nuestros territorios, nuestro Aragón rural tiene un recurso importantísimo compartido: el patrimonio agroalimentario y gastronómico, nuestros excelentes y variadísimos alimentos.

Esta realidad es la base del proyecto de cooperación interterritorial Pon Aragón en tu mesa, que pretende contribuir a poner en valor los productos agroalimentarios de los territorios rurales de Aragón fundamentalmente a través de acciones de información, formación y promoción. Pretende ofrecer al visitante y a la propia población una imagen integral de los territorios sensibilizando sobre la contribución de los productos locales al mantenimiento de las economías locales y a la comprensión de la cultura y de la sociedad rural.

A día de hoy, el proyecto cuenta con una dotación presupuestaria superior al millón de euros, procedentes de la UE, el MAPA, el Gobierno de Aragón e Ibercaja, y 20 Grupos de Acción Local, junto con la Red Aragonesa de Desarrollo Rural, trabajan unidos a través de este proyecto de cooperación, cada uno con sus medios económicos y sus prioridades, pero unidos en el **gran fin común de dar a conocer el saber hacer agroalimentario de nuestros productores**, como medio de desarrollo económico sostenible, con base en el territorio y con importantes implicaciones culturales.

Para lograr dicho objetivo, el proyecto contempla una serie de **acciones de**



Presentación del proyecto en rueda de prensa.

comunicación y unas actuaciones específicas enfocadas a los siguientes colectivos: **escolares, consumidores en general, restaurantes, turistas, comercios y productores.**

La comunicación se constituye en uno de los pilares fundamentales del proyecto por ser el medio idóneo para concienciar a la población sobre la filosofía y objetivos del proyecto. Incidirá en la **vinculación producto-territorio** y se realizará a través de los **medios de comunicación tradicionales** (prensa, radio, televisión), tanto genéricos como especializados y a través de la **página web del proyecto**, en la que se podrá encontrar información de los productos y productores, restaurantes, comercios y territorios participantes así como todo tipo de noticias y actualidad sobre los productos agroalimentarios de Aragón y actividades paralelas.

Atendiendo a la diversidad de terri-



Alimentos con sabor a Aragón rural.

torios y de productos que se encuentran en nuestra región, el proyecto plantea la posibilidad de que cada socio priorice actividades y productos en función de sus peculiaridades, partiendo de las siguientes acciones:

ESCOLARES.- Es la primera acción que se pondrá en marcha, comenzando en febrero. Se trata de una campaña de sensibilización en los propios colegios rurales, dirigidos a niños entre ocho y 12 años para que, a través de la imagen, el juego y las charlas, conozcan y degusten los alimentos aragoneses y de su territorio y se formen en una alimentación adecuada, sana y cercana.

CONSUMIDORES.- Se realizarán una serie de **charlas y conferencias** acompañadas de **catas y degustaciones** para que conozcan y sepan apreciar los valores de nuestros productos, diferenciar olores, colores, sabores... Sólo desde la base del



Curso de análisis sensorial de la uva realizado en Somontano.

conocimiento podemos ser verdaderos consumidores y difusores de nuestros productos.

Además, en algunos territorios también se realizarán **concursos gastronómicos**, así como la edición y difusión de **recetarios** que recojan las recetas tradicionales.

RESTAURANTES.- Si es importante que el consumidor conozca los productos de la zona, no lo es menos que lo hagan los profesionales de la restauración. Ellos son los mejores prescriptores de nuestros productos. Es básico no sólo que sepan cómo se elaboran o se maridan entre sí sino que estén presentes en su carta. Por esta razón, se han previsto **cursos de formación, sesiones de maridaje y elaboración de platos a partir de productos locales** así como **asesoramiento personalizado para incluir en la carta platos con productos locales**, etc.

Además, el sector de la restauración está íntimamente ligado al turismo, y los **TURISTAS** que visitan nuestros pueblos son otro de los colectivos a los que nos queremos dirigir en el proyecto, a través fundamentalmente de la **promoción**, y la edición de **materiales** que muestren los **productos agroalimentarios y la gastronomía como una parte inseparable de la oferta global del territorio.**

Y de nada serviría generar el interés en el consumidor si no se pueden adquirir los productos. Por lo tanto, también trabajaremos con **COMERCIOS**, dándoles a **conocer las características de los productos agroalimentarios existentes**, sensibilizándoles sobre la **calidad de los productos locales y regionales**



Las autoridades, durante la inauguración de la I Feria del Melocotón, en Maella.



Presentación del proyecto en el stand de Qualimen.

para que los incluyan en su gama de productos y dotándoles de herramientas de mercadotecnia y "merchandising" que les ayuden en su labor.

PRODUCTORES.- Adaptaremos las acciones a las demandas y las disponibilidades de los mismos. En principio, se tratarán temas relacionados con la mercadotecnia, canales de distribución, promoción, etc.

Por último, en ciertos territorios se realizarán **ACCIONES INDIVIDUALES** directamente relacionadas con los fines del proyecto. Por ejemplo, en las **Cinco Villas** se incidirá en la señalización de las empresas productoras, la creación de rutas gastronómicas, análisis de características nutricionales y organolépticas de los productos; se mejorará la presentación de los productos y su difusión (diseño de etiquetas, páginas web), etc. En **Somontano** ya se han realizado acciones como un curso de análisis sensorial de la uva y se está creando una plataforma web de comercialización, se realizarán cursos de gastronomía tradicional, se inci-

dirá en las acciones destinadas al turismo a través de soportes de promoción. En las **Tierras del Moncayo** se publicará un libro sobre la denominación de origen, se trabajará en el fomento de la calidad en los establecimientos turísticos así como en la creación de rutas gastronómicas. En las **comarcas del Mar de Aragón** se colaboró en la feria sobre el Melocotón de Calanda...

No obstante lo anterior, se trata de un proyecto vivo, como vivos queremos que estén nuestros pueblos; a estas acciones se pueden incorporar otras muchas en función de la evolución y resultados del proyecto y de las necesidades y demandas que surjan de la propia población y de los verdaderos protagonistas del proyecto: los productores agroalimentarios que día a día nos demuestran que debemos sentirnos orgullosos de nuestros orígenes y optimistas respecto a nuestro futuro.



I Muestra Gastronómica de la Sierra de Albarracín

Poner en valor los productos locales



Uno de los ejes aglutinantes en los que se basa la Iniciativa Comunitaria Leader Plus en la Sierra de Albarracín para aplicar la estrategia de desarrollo es la Valorización de los productos locales, en particular facilitando el acceso al mercado de las pequeñas estructuras de producción mediante acciones de tipo colectivo. En esta medida es primordial apoyar la constitución y funcionamiento de entidades asociativas de productores de productos típicos locales de calidad, las actividades de turismo alternativo, como puede ser el gastronómico, y dar a conocer y fomentar la cultura de la alimentación sana a la población local a través de materias primas locales y elaboradas tradicional o artesanalmente.

Para ello se intenta crear vínculos entre el sector agroalimentario y el turístico, de tal forma que el visitante conozca los territorios íntegramente, sin obviar una parte tan importante de la cultura local como son los productos locales.

De esta forma se fomenta el consumo de los productos locales y esta mayor demanda contribuye a la generación de un mayor valor añadido tanto de las pequeñas industrias transformadoras como de las explotaciones agrarias del medio rural, contribuyendo a su mantenimiento y crecimiento.

El saber hacer artesanal y la tradición gastronómica forman parte de la identidad cultural de los territorios rurales y



Un momento de la Muestra.

constituyen uno de los recursos cada vez más apreciados por el turismo que visita las zonas. Por ello, se pretende reforzar la vinculación entre el sector agroalimentario y el turístico, para hacer de la valorización cultural un factor de desarrollo que contribuya a la diferenciación y a la mejora de la competitividad del sector turístico.

La I Muestra Gastronómica de la Sierra de Albarracín se celebró en Tramacastilla el 19 de diciembre y fue inaugurada por el Director General de Desarrollo Rural, Francisco Gimeno Sevilla, acompañado por el Director General de Fomento Agroalimentario, Pedro José Orduna

Pisarello, el Director General de Turismo, Benito Ros Corella, y el Presidente de Asiader, Alejandro Alonso Martínez.

Fue una actuación fundamentalmente de promoción, organizada por Asiader a iniciativa de la Asociación de Artesanos Agroalimentarios de la Sierra de Albarracín (AASA) en colaboración con las Asociaciones Turísticas de la Sierra y la Escuela de Hostelería de Teruel y tenía como objetivo fundamental poner en valor todos los productos agroalimentarios de la Sierra a través de la promoción. En la Sierra de Albarracín, los productos locales contribuyen de una forma muy

significativa no sólo al mantenimiento de las economías locales sino también a la comprensión de la cultura y de la sociedad rural, así como a divulgar entre los ciudadanos el conocimiento de la gastronomía y a lograr una mayor utilización de nuestros productos entre los restaurantes de la zona como aportación al desarrollo.

LOS OBJETIVOS

Se plantearon, entre otros, los siguientes objetivos:

- fomentar el consumo de nuestros productos agroalimentarios,
- aumentar la competitividad empresarial del sector agroalimentario,
- crear vínculos entre el sector agroalimentario y el turístico,
- sensibilizar a los productores y a la población en general sobre la importancia de nuestros recursos agroalimentarios,
- implicar a los promotores y agentes turísticos en la difusión de sus productos,
- promover la creatividad de los cocineros de la Sierra a la vez que se divulga su trabajo diario,
- promocionar a través de la gastronomía el turismo de la Sierra de Albarracín,
- desarrollar y diversificar los productos turísticos que innoven a partir de aquellos recursos que de forma tradicional han formado parte de la cultura local agroalimentaria.

COCINEROS DE FAMA INTERNACIONAL

Se trató de un encuentro entre medios de comunicación, representantes políticos y empresarios, donde se dieron a conocer los distintos productos agroalimentarios. En él participaron cocineros vascos, navarros y aragoneses de importante prestigio como Andoni Luis Adúriz (Premio Nacional de Gastronomía 2003), del Restaurante Mugáritz; Elena Arzak, del Restaurante Arzak, de San Sebastián; Ángel Conde y Orlando Tobajas, del Restaurante El Chalet, de Zaragoza; Luis Ignacio Estopiñán, del Restaurante La Tierreta, de Teruel; Jorge Gracia, del Restaurante Casino Principal, de Pamplona; y Koldo Rodero, del Restaurante Rodero, de Pamplona. Junto a ellos, participaron varios cocineros serra-

nos: Javier Fernández del Restaurante La Casa de los Diezmos, de Jabaloyas; Luis Lobato, del Restaurante Mirador, de Griegos; María Asunción Vals, del Hostal San Millán, en Orihuela; y Clara Benito de La Posada de Santa Ana, de Tramacastilla, donde tuvo lugar la Muestra.

RECETAS EXQUISITAS CON PRODUCTOS DE LA SIERRA

Se crearon recetas extraordinarias a partir de las materias primas proporcionadas por las empresas de la Sierra de Albarracín: Quesos El Rodeno, de Rodenas; Jamones Bronchales y Charcutería Rijomavi, de Bronchales; y Elaborados de caza de Maita y Edulis, de Guadalaviar. Fue una fiesta para los sentidos degustar estos platos y escuchar las detalladas explicaciones de los renombrados cocineros invitados.

Éstos destacaron la alta calidad de los productos y las ventajas de utilizar productos elaborados como base de novedosas creaciones culinarias. La combinación de todo un abanico de sabores, aromas, texturas y colores dio lugar a platos tan sugerentes como la Terrina de corzo con láminas vegetales, Textura de queso semicurado con ensalada de hortalizas, Lomo de ciervo y arroz cremoso de queso, Ciervo escabechado con puré de manzana reineta, Patata confitada con crema de sobrasada, longaniza fresca y setas de cardo, etc.

Posteriormente, se editará un recetario gastronómico que incluirá las recetas elaboradas por los cocineros invitados y las presentadas por los cocineros de la Sierra de Albarracín. Así mismo se editará un vídeo que recogerá los procesos de elabo-



Grupo de cocineros.



Público asistente a la Muestra.

ración de las recetas, imágenes de los restaurantes participantes y de los procesos de trabajo de las industrias pertenecientes a la Asociación de Agroalimentarios.

Se reflexionó sobre la cocina como medio de comunicación entre los hombres y como arte que contribuye a recordarnos la pertenencia del género humano a la naturaleza. Las materias primas no son las más exóticas por proceder de tierras lejanas sino por el grado de conocimiento que se tiene de ellas. Y se exhortó a utilizar sobre todo las que tenemos más cerca, aquéllas que proceden de nuestro territorio vital y que cada día pueden pasarnos incluso desapercibidas.

En definitiva, esta Muestra constituyó todo un acontecimiento culinario de altísimo nivel y gran participación, que pone de manifiesto las potencialidades de los quesos, jamones, embutidos, patés y conservas que con tanto esmero y cuidados elaboran las pequeñas empresas serranas.



Laurent van Depoele.

La Red Aragonesa de Desarrollo Rural celebró su undécimo aniversario

La Jornada que conmemoró la constitución de RADR como primera Red de Grupos de Desarrollo Rural de Europa se celebró bajo el lema Historia, presente y prospectiva política del desarrollo rural en la sede del Gobierno de Aragón el día 4 de noviembre pasado.

La Jornada fue precedida de sendas reuniones técnicas de los Grupos Proder y Leader y de una reunión de la Junta Directiva de la Red Española de Desarrollo Rural, esta última para analizar las propuestas para la nueva Ley de Desarrollo Rural y de los programas regionales.

En las Jornadas intervinieron el Presidente y Director General de la Red Española de Desarrollo Rural; Manuel Ariza Seguin, Subdirector General de Economía Social del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, sobre las nuevas orientaciones de la política de desarrollo rural; y Laurent Van Depoele, Profesor de Estudios europeos de la Universidad Católica de Lovaina y Vicepresidente del Instituto de Política Internacional y Europea.

Los ponentes reafirmaron la voluntad y capacidad de los Grupos para perfeccionar el modelo de desarrollo rural participativo e integral que se ha consolidado a través de los 20 años de experiencia de Leader y los cuatro de Proder. Y hacerlo de manera que los Grupos puedan ampliar las medidas de desarrollo rural que gestionan, conforme a las posibilidades que ofrece el Feader.

En el curso de la Jornada el Director General de Desarrollo Rural del Gobierno de Aragón, Francisco Gimeno Sevilla, presentó el libro “Desarrollo rural. Aragón, ayer, hoy, mañana”.

Los Grupos de Desarrollo Rural de Aragón conocen el modelo de desarrollo andaluz

Los Grupos de Desarrollo Rural aragoneses visitaron entre el 15 y 19 de noviembre a su red homóloga andaluza



Grupo de participantes en la visita de RADR a Andalucía.

para conocer la estrategia y la organización de la política de desarrollo rural en Andalucía.

Juan A. Fernández, Viceconsejero de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, y José Román Montes, Director General de Desarrollo Rural de la Junta, recibieron a los participantes entre los que figuraban 38 alcaldes, diputados y responsables políticos y técnicos de 15 Grupos de Desarrollo de Aragón y de la Red Aragonesa de Desarrollo Rural.

El Viceconsejero explicó la apuesta decidida del Gobierno andaluz por el medio rural. “Esto se ha traducido en la puesta en marcha de unas políticas específicas para las zonas rurales: infraestructuras, mejores comunicaciones, tecnologías, equipamientos que han facilitado que exista una auténtica diversificación económica que fija a la población al medio rural y facilita el relevo generacional”.

Una de las características que diferencia a Andalucía del resto de Comunidades Autónomas es que los 50 Grupos de Desarrollo Rural andaluces cooperan entre sí a través de proyectos interterritoriales mediante siete grupos de cooperación constituidos en torno a una misma estrategia de desarrollo.

El modelo de desarrollo que defiende la Asociación para el Desarrollo Rural de Andalucía (ARA) pasa porque “los Grupos de Desarrollo amplíen sus competencias técnicas y económicas de cara al nuevo marco de ayudas pues estos pueden simplificar la gestión administrativa en las zonas rurales y, sobre todo, ponen en valor el capital humano integrando la iniciativa pública y privada”.

Miguel Castellano, Presidente de la Red Andaluza, reclamó la intervención de los Grupos en las políticas agrarias y medioambientales que se pongan en marcha en Andalucía.



Firma del convenio entre ARA y RADR en presencia del Director General de Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía.

En su viaje a Andalucía la comitiva aragonesa visitó el Centro de Iniciativas Turísticas, el Centro de Educación Agroforestal y Arqueología Experimental, ambos en Ronda, y conoció el modelo de gestión del Parque Natural de los Alcornocales (Cádiz).

La visita sirvió para firmar un convenio de colaboración entre RADR y ARA con el objetivo de cooperar para impulsar iniciativas, acciones y proyectos orientados al desarrollo rural. Se trata de fomentar la colaboración y el intercambio de información, experiencias, metodologías, técnicos y agentes de desarrollo, estrategias de intervención entre ambas entidades. El convenio también se propone poner en marcha acciones coordinadas o conjuntas dirigidas a conseguir los objetivos citados.

Edición del libro “Desarrollo Rural. Aragón, ayer, hoy, mañana”

La Red Aragonesa de Desarrollo Rural y los Grupos de Desarrollo Rural Leader y Proder de Aragón han realizado este libro que recoge artículos de expertos sobre los principales aspectos del desarrollo rural: la programación del desarrollo rural, la prospectiva de la política de desarrollo rural, la metodología Leader, la agroalimentación, el tejido empresarial, el turismo, la agricultura y ganadería sostenibles, el patrimonio natural y el medio ambiente, el patrimonio cultural, la formación, la juventud y la mujer rural y la calidad de vida en el medio rural.



Portada del libro publicado.

La publicación incluye un resumen de la aplicación del programa de desarrollo rural en cada territorio Leader Plus y Proder de Aragón y un esbozo de sus estrategias de desarrollo. Uno de los capítulos recoge los proyectos de cooperación en los que están trabajando los Grupos y los retos que afrontan las redes de desarrollo. Además, el libro muestra varios ejemplos de algunos de los verdaderos protagonistas de la historia del desarrollo rural: los pequeños empresarios rurales de Aragón que, con su esfuerzo e ilusión, constituyen un pilar fundamental del futuro de nuestro medio rural.

Los Grupos de Desarrollo Rural participaron en Qualimen

Entre el 14 y 17 de junio pasado se celebró en la Feria de Muestras de Zaragoza Qualimen, la Feria Internacional del Mercado Agroalimentario. A ella asistieron los Grupos de Desarrollo Rural de Aragón bajo un stand conjunto.

Qualimen nació con el objetivo de favorecer el comercio empresarial y servir de plataforma al sector alimentario



Vista general del stand de RADR en Qualimen.

en su conjunto para acercar a los agentes del sector la oferta alimentaria de Aragón y el valle del Ebro.

El stand de RADR sirvió como marco para la presentación de los productos agroalimentarios de nueve asociaciones de empresarios agroalimentarias territoriales y de 15 empresas agroalimentarias rurales, asociaciones nacidas bajo el impulso de Leader y Proder, y empresas apoyadas por estos programas de desarrollo rural. Las presentaciones se acompañaron de degustaciones de productos. Qualimen y el stand también se aprovecharon para las primeras presentaciones públicas del proyecto de cooperación interterritorial Pon Aragón en tu Mesa, de la Asociación Agroalimentaria de La Litera y de varias de las empresas participantes.



Una de las degustaciones organizadas por RADR en el marco de Qualimen.

Con motivo de la participación en Qualimen, RADR editó un folleto que recoge una lista de las direcciones completas de contacto de más de 300 pequeñas empresas agroalimentarias rurales apoyadas por Leader y Proder con sus productos típicos.



Las autoridades inauguran el stand en Qualimen.

“El aceite del Bajo Aragón. Taller de elaboración, consumo y reciclado”

J. Melero y O. Valiente. Ed. Consejo Regulador de la Denominación de Origen Aceite del Bajo Aragón. Zaragoza, 2005. 19,5 x 28 cms. ISBN: 84-95490-36-6.

La publicación consta de sendos juegos de dos cuadernos de actividades, dirigidos a la educación primaria y a ESO y bachillerato, que introducen a los alumnos en el mundo del aceite. La obra facilita a los profesores la concienciación de los alumnos sobre el papel del aceite en la dieta mediterránea y sobre los beneficios que su consumo aporta a la salud y a la cocina. Las actividades enseñan a catar calidades y tipos de aceites y a desvelar el significado de las etiquetas. También les ayuda a elaborar sus propios aceites de forma artesanal y ecológica, y a buscar alternativas al residuo del alpechín. La publicación ha sido financiada mediante el programa de cooperación Leader Plus Promoción de Recursos del Bajo Aragón Histórico, en el que participan Adibama, Cedemar y Omezma, asociaciones que gestionan los Leader Plus de Bajo Martín-Sierra de Arcos, Mar de Aragón y Bajo Aragón-Matarraña, respectivamente.



“Bajo Cero”

Revista divulgativa de ADRI Jiloca-Gallocanta, no 14. 2005. 20 pp. Ed. ADRI Jiloca-Gallocanta. (Contacto en pág. 47).

La decimocuarta edición de la revista publica los proyectos aprobados en 2004 y una entrevista al Director de la Caja Rural de Teruel, junto con reportajes de los seis proyectos de cooperación interterritorial y transnacional Leader Plus en los que está inmersa ADRI. Además, resume los convenios firmados por ADRI con las dos Comarcas de su territorio, y otros proyectos comarcales, como



el Plan de Dinamización Turística y el Plan Estratégico de Desarrollo de la Comarca del Jiloca. Por último, destaca las actividades de la Asociación Cultural Mío Cid, y cuatro proyectos de emprendedores apoyados por ADRI.

“Tradiciones y costumbres en las comarcas del Jiloca y Campo de Daroca”

Ed. ADRI Jiloca-Gallocanta. Pyrene, P.V. (producción). Eugenio Monesma (guión y dirección). 5 DVD. Nueve horas. Dep. Legal: HU-84-2005. (Contacto en pág. 47).

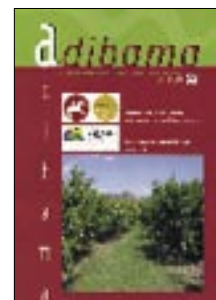
La obra es una serie documental que recoge los elementos etnográficos más significativos de Jiloca-Gallocanta. En ellos están recogidos ritos, fiestas, alimentos, fogones, trabajos, tradiciones y costumbres, siempre en sus escenarios y con los protagonistas reales. La serie, financiada con Leader Plus y realizada con colaboración del Centro de Estudios del Jiloca, constituye un nuevo paso en la intensa labor de investigación y recuperación de la tradición popular emprendida hace años por ADRI con el objetivo de valorizar los recursos patrimoniales y culturales de su territorio.



“Adibama. Revista informativa del Bajo Martín-Sierra de Arcos”. Julio de 2005, nº 10

Ed. Asociación para el Desarrollo Integral del Bajo Martín-Sierra de Arcos (Adibama). 16 pp. 29,6 x 21 cms. D.L. Z-971-03. (Contacto en pág. 47).

La revista informa sobre las acciones emprendidas recientemente por Adibama, destacando sus proyectos de cooperación: Iberos en el Bajo Aragón, Abraza la Tierra, Cuadernos sobre el elaboración, consumo y reciclado del aceite de oliva y



Pon Aragón en tu Mesa. Además, la edición repasa varios proyectos Leader Plus, como una nueva vivienda de turismo rural en Alloza y el Plan de Señalización Turística Comarcal. También refiere los encuentros organizados o apoyados por Adibama, como la jornada lactológica de la Feria de Samper de Calanda, la Marcha Senderista por el río Martín, las Jornadas sobre El Oficio de Minero, la Muestra Agroalimentaria de Andorra, el Simposio de Escultura de Alabastro, el Festival del Mundo Asociativo y el Encuentro de Música Popular. Las actividades formativas, los recursos turísticos del territorio y el Feader completan los contenidos de esta edición.

“Fedivalca. Centro de Desarrollo Rural”. nº 7, diciembre de 2005

Federación de Asociaciones para el Desarrollo Integral de Valdejalón y Campo de Cariñena (Fedivalca). (Contacto en pág. 47).

La séptima edición de la publicación trimestral de la Federación de Desarrollo Integral de Valdejalón y Campo de Cariñena (Fedivalca) informa sobre los proyectos finalizados apoyados por el Proder, los proyectos formativos, los planes estratégicos de sensibilización de jóvenes y mujeres y los nuevos servicios de formación y a través de la web ofertados por el Centro de Desarrollo.



“La Incidencia de la Unión Europea en el Medio Rural”. Revista del Caire, nº 3

Equipo Técnico Caire-Adema (coord.). Ed. Centro Aragonés de Información Rural Europea (Europe Direct-Caire). Teruel, 2005. ISSN 1885-1304

El tercer número de la revista del Europe Direct-Caire reflexiona sobre la incidencia de la UE en el medio rural. Al respecto, la publicación recoge los trabajos finalistas del I Premio de ensayo del Caire, realizado en colaboración con otras instituciones. El artículo “La contribución de la política

regional al desarrollo rural”, abre la edición. Le siguen “Apasionados y rurales”; “La UE: útil para el desarrollo de las comarcas turolenses”; “Urbanización Europa”; “Somos lo que nos vamos”; y “Escuela de Pastores”. Títulos sugerentes para pensamientos y percepciones diversas.

“La industria agroalimentaria en el Valle del Ebro”.

L.M. Albisu et al. Ed. Gobierno de Aragón. Zaragoza, 2004. 158 pp. 17 X 24 cms. ISBN: Z-84-96223-59-0.

La obra presenta las principales características de la industria agroalimentaria de Aragón, La Rioja y Navarra, así como los planteamientos y los resultados de un análisis estadístico, de una encuesta y de varias investigaciones realizadas sobre la política comercial, la localización, I+D, la competitividad y la actividad exportadora de las empresas agroalimentarias en esas tres Comunidades. Además, el libro recoge varias reflexiones que resultan de estos análisis y una propuesta de actuación conjunta para que la agroindustria del valle del Ebro mejore su presencia en los mercados exteriores.



“Ganar dimensión. Una necesidad para la industria agroalimentaria española”

Ed. Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB). C/ Diego de León, 44, 1º. 28006 Madrid. Tel.: 91-4117211. Fax: 91-4117344.

El informe describe la situación actual de la agroindustria española en el contexto global y por sectores y autonomías, analiza las causas de la reducida dimensión de las empresas agroalimentarias y



expone las razones y las alternativas para que éstas aumenten su tamaño. El trabajo incluye la exposición de 11 casos prácticos de concentración de empresas finalizados o en proceso. El documento fue elaborado por Rabobank y el Instituto Internacional San Telmo, con el apoyo del MAPA, como material de apoyo para las jornadas de la FIAB sobre el mismo tema.

“Agricultura familiar en España 2005”

E. Moyano (coord.). Ed. Fundación de Estudios Rurales. Madrid, 2005. 29,2 x 21,5 cms. 348 pp. Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos (UPA). C/ Agustín de Bethancourt, 17, 3º. 28003 Madrid. Tel.: 91-5541870. Fax: 91-5542621. Correo-e.: upa@upa.es. URL: <http://www.upa.es>.

El anuario de 2005 de UPA dedica varios interesantes y profundos artículos al desarrollo rural, a la política rural europea y a los resultados de la aplicación de Leader en varias zonas de España. El libro recoge el análisis de numerosos expertos sobre el medio rural y la sociedad de la información, la mujer rural y las cooperativas agrarias; además, expone el modelo extremeño de desarrollo rural, desmenuza la reforma de la PAC y las nuevas orientaciones de la política rural europea y hace balance de una década de programas Leader.



“Emprendedoras rurales: de trabajadoras invisibles a sujetos dependientes”

L. Camarero (coord.) et al. Ed. Centro Francisco Tomás y Valiente, UNED Alzira-Valencia. Colección Interciencias, 27. Valencia, 2005. 225 pp. 19,1 x 13 cms. ISBN: 84-95484-58-7.

La obra es el resultado de una investigación sociológica sobre las emprendedoras y empresarias rurales, su entorno social y sus itinerarios de éxito y, también, de fracaso en su inserción en la vida económica. La publicación analiza el camino que ha llevado a la

mujer rural al centro de la intervención institucional en el desarrollo rural, hace un diagnóstico estadístico de la mujer en el paisaje demográfico rural, indaga en las formas de inserción y radiografía las empresas rurales femeninas. Además, los autores hacen un análisis comparado de la economía sumergida con el resto de la UE y una estimación de las trabajadoras rurales “invisibles”. Finalmente, ofrece el resultado de una investigación cualitativa que muestra a las trabajadoras y empresarias rurales en el terreno fronterizo, asignado a la mujer por el género como construcción social, entre la familia y el mercado.



“Política agraria común: balance y perspectivas”

J. L. García y M. J. García (dirs.). Colección Estudios Económicos, Nº 34. Ed. Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona. Barcelona, 2005. 189 pp. 17 x 23 cms. D.L. B-26354-2005. Servicio de Estudios de La Caixa. Av. Diagonal, 629, torre I, planta 15. 08028 Barcelona. Tel.: 93-4047682. Fax: 93-4046892. URL: <http://www.estudios.lacaixa.es>. Correo-e.: publicacionesestudios@lacaixa.es.

Los autores explican el nacimiento y construcción de la PAC, sus objetivos, sus principios, aplicación y reformas, y señalan a los verdaderos beneficiarios de la PAC. Los análisis de los autores desvelan una nueva PAC de ayudas cada vez menores y más limitadas a ciertos sectores. Una PAC que se anuncia, aunque no acaba de cumplir, integrada en una política de desarrollo rural que responda a las demandas sociales y económicas que llevan a la agricultura hacia la calidad, la diversificación, la especialización, la artesanía, la protección del medio ambiente y del paisaje, como siempre, y, en definitiva, la multifuncionalidad.



Tarjeta Ibercaja Solred

Ahórrase un
2%
al repostar
con la tarjeta
Ibercaja Solred.

BENEFÍCIASE DE TODAS LAS VENTAJAS DE ESTA TARJETA:

- Factura detallada.
- Elegir cómo pagar.
- Gratuita.
- Fácil de conseguir.

Y además importantes descuentos en:

- Hoteles hasta **25%** de descuento.
- Alquiler de vehículos hasta **40%** de descuento.
- Mantenimiento de vehículos hasta **20%** de descuento.



Para más información consulte en
oficinas de Ibercaja
www.ibercaja.es
902 11 12 21



Leader Plus

Bajo Martín-Sierra de Arcos
Asociación para el Desarrollo
Integral del Bajo Martín (Adibama)
Avda. Zaragoza, 2
44540 Albalate del Arzobispo
(Teruel)
Tel. y fax: 978 812 177
bajomartin@bajomartin.com
www.bajomartin.com

Calatayud-Aranda
Asociación para el Desarrollo
Rural Integral de la Comunidad de
Calatayud y Comarca del Aranda
(ADRI Calatayud-Aranda)
C/ Glen Ellyn, 5 - Bajos
50300 Calatayud (Zaragoza)
Tel.: 976 887 207
Fax: 976 887 215
adricalatayud@adricalatayud.e.telefonica.net

Cinco Villas
Asociación para el Desarrollo y
Fomento de las Cinco Villas (Adefo
Cinco Villas)
C/ Ramón y Cajal, 17
50600 Ejea de los Caballeros
(Zaragoza)
Tel.: 976 677 272
Fax: 976 677 311
adefo@adefo.com
www.adefo.com

Gúdar-Javalambre y Maestrazgo
Asociación para el Desarrollo de
las Sierras de Gúdar-Javalambre y
Maestrazgo (Agujama)
Sede de Gúdar-Javalambre:
C/ Plaza de la Villa, 1 2º
44400 Mora de Rubielos (Teruel)
Tel.: 978 807 126
Fax: 978 807 127
leader@agujama.org

Sede de Maestrazgo:
C/ Pueyo, 33
44556 Molinos (Teruel)
Tel.: 978 849 709
Fax: 978 849 714
leader@maestrazgo.org
www.maestrazgo.org
www.agujama.org

Los Monegros
Asociación Monegros, Centro de
Desarrollo (Ceder-Monegros)
Avda. Ramón y Cajal, 7
22260 Grañén (Huesca)
Tel.: 974 390 132
Fax: 974 391 079
ceder-monegros@monegros.net
www.losmonegros.com

Mar de Aragón
Centro para el Desarrollo de las
Comarcas del Mar de Aragón
(Cedemar)
C/ Mayor, 10, Bajos
50700 Caspe (Zaragoza)
Tel.: 976 636 590
Fax: 976 632 272
cedemar@cedemar.es
www.cedemar.es

Mezquín- Matarraña-Bajo Aragón
Asociación-Organización para el
Desarrollo del Mezquín, Matarraña
y Bajo Aragón (Omezyma)
Avda. Aragón, 13
44641 Torrelvella (Teruel)
Tel.: 978 852 011 / 978 852 278
Fax: 978 852 403
omezyma@omezyma.es
www.omezyma.es

Prepirineo-Altas Cinco Villas
Centro de Innovación y Desarrollo
Rural (Cider Prepirineo)
Sede de Sos del Rey Católico (Altas
Cinco Villas-Prepirineo entre Arbas):
Ayuntamiento de Sos
Plaza de la Villa, 1, 3ª planta
50680 Sos del Rey Católico
(Zaragoza)
Tel.: 948 888 291
Fax: 948 888 464
info@ciderprepirineo.org

Sede de Ayerbe (Hoya de Huesca):
Ayuntamiento de Ayerbe
Plaza Aragón, 40
22800 Ayerbe (Huesca)
Tel.: 974 380 006
Fax: 974 380 805
gerencia@ciderprepirineo.org
www.ciderprepirineo.org

Sierra de Albarracín
Asociación para el Desarrollo Rural
Integral de la Sierra de Albarracín
(Asiader)
Carretera Comarcal A-1512, km. 44
44112 Tramacastilla (Teruel)
Tel.: 978 706 198
Fax: 978 706 201
asiader@sierradealbarracin.org
www.sierradealbarracin.org

Sobrarbe y La Ribagorza
Asociación Centro para el Desarrollo
del Sobrarbe y la Ribagorza
(Cedesor)
Pza. Cabo Vila, s/n
22450 Campo (Huesca)
Tel.: 974 550 137
Fax: 974 550 246
cedesor@jet.es

Somontano de Barbastro
Centro de Desarrollo Integral del
Somontano (Ceder Somontano)
C/ Juan de Lanuza, 3
22300 Barbastro (Huesca)
Tel.: 974 316 005 / 974 308 545
Fax: 974 306 058
info@cedersomontano.com
www.cedersomontano.com

Tierras del Jiloca y Galloca
Asociación para el Desarrollo Rural
Integral de las Tierras del Jiloca y
Galloca (ADRI Jiloca-Galloca)
Sede de Calamocha:
Avda. de Valencia, 3
44200 Calamocha (Teruel)
Tel. y fax: 978 732 237
calamocha@adri.es

Sede de Daroca:
C/ Mayor, 116
Casa de la Comarca
50360 Daroca (Zaragoza)
Tel. y fax: 976 801 286
daroca@adri.es / grus@adri.es

Sede de Monreal:
C/ Miguel Artigas, 22
44300 Monreal (Teruel)
Tel. y fax: 978 863 676
monreal@adri.es
www.adri.es

Tierras del Moncayo
Asociación para el Desarrollo de las
Tierras del Moncayo (Asomo)
Apdo. de Correos, 99
50500 Tarazona (Zaragoza)
(Oficina en C/ Baltasar Gracián, 6)
Tel.: 976 644 696
Fax: 976 643 198
moncayo@asomo.com
www.asomo.com

Proder

Alto Gállego-La Jacetania
Asociación para el Desarrollo
Integral de la Cuna de Aragón
(Adecuara)
Sede de Puente la Reina:
Ctra. Tarragona-San Sebastián, s/n
22753 Puente la Reina (Huesca)
Tel.: 974 377 358
Fax: 974 377 499
info@adecuara.org

Sede de Sabiñánigo:
Comarca Alto Gállego
C/ Secorún, s/n
22600 Sabiñánigo (Huesca)
Tel.: 974 483 311
Fax: 974 483 437
adecuara@adecuara.org

Sede de Jaca:
Comarca de La Jacetania
C/ Ferrocarril, s/n
22700 Jaca (Huesca)
Tel.: 974 356 980
Fax: 974 355 241
jacetania@adecuara.org
www.adecuara.org

Campo de Belchite
Asociación para el Desarrollo Rural
Integral de la Comarca de Belchite
(Adecobel)
C/ 18 de Julio, 12, 2º dcha.
50130 Belchite (Zaragoza)
Tel. y fax: 976 830 104
info@adecobel.org
www.adecobel.org

Comarca de Teruel
Asociación para el Desarrollo Rural
e Integral de la Comarca de Teruel
(Adricte)
C/ San Andrés, 13
44001 Teruel
Tel.: 978 611 724
Fax: 978 609 754
adriteruel@adriteruel.e.telefonica.net

Cuencas Mineras
Oficina de Fomento y Desarrollo de
las Cuencas Mineras (Ofycumi)
Gimnasio Municipal
44770 Escucha (Teruel)
Tel.: 978 757 740
Fax: 978 757 755
ofycumi@ofycumi.es
www.ofycumi.es

Hoya de Huesca
Asociación para el Desarrollo Rural
Comarcal de la Hoya de Huesca
(Adesho)
Pza. Mayor, 1, 3º
22160 Bolea (Huesca)
Tel.: 974 272 274
Fax: 974 272 569
adesho@adesho.org

Ribera Alta del Ebro
Asociación para el Desarrollo de la
Ribera Alta del Ebro (Adrae)
C/ Mayor, 9
50650 Gallur (Zaragoza)
Tel.: 976 864 894
Fax: 976 864 068
info@riberaltaebro.org

Valdejalón-Campo de Cariñena
Federación de Asociaciones para el
Desarrollo Integral de Valdejalón y
Campo de Cariñena (Fedivalca)
C/ Escuelas, 4, 1º
50290 Épila (Zaragoza)
Tel. y fax: 976 817 308
centrodesarrollorural@fedivalca.e.telefonica.net

**Zona Oriental de Huesca (Bajo
Cinca-Cinca Medio-La Litera)**
Ceder Zona Oriental de Huesca
Oficina Delegada en el Bajo Cinca
Plaza Mayor, 1, 2º
22234 Ballobar (Huesca)
Tel.: 974 461 063
Fax: 974 461 542
ballobar@cederoriental.com

Oficina Delegada en el Cinca Medio
Avda. del Pilar, 47, 2º
22400 Monzón (Huesca)
Tel.: 974 416 269
Fax: 974 415 973
monzon@cederoriental.com

Oficina Delegada en La Litera
Avda. Agustina de Aragón, 11, bajo
22540 Altorricón (Huesca)
Tel.: 974 425 106
Fax: 974 425 090
altorricon@cederoriental.com
www.cederoriental.com

**RED ARAGONESA DE
DESARROLLO RURAL**
C/ San Lorenzo, 6-10, 1º B, of. 3-4
50001 Zaragoza
Tel.: 976 296 418 / 976 204 514
Fax: 976 390 301
radr@aragonrural.org
coordinacion@aragonrural.org
www.aragonrural.org



PON ARAGÓN EN TU MESA

