

Mujer joven y apicultora fabrica envoltorios de cera de abeja contra el plástico

Natalia Díaz es una joven tinerfeña que comenzó su andadura emprendedora fabricando envoltorios de cera de abeja en su casa, como alternativa al plástico, para su uso personal, hasta advirtió el interés de la gente y lo lanzó como proyecto empresarial.

[Efeagro](#)

Ella y las [abejas](#) han estado predestinadas a caminar juntas desde hace diez años, cuando estudiaba biología en la universidad y puso una colmena *“a modo de experimento”* que le entusiasmó tanto que su trabajo siempre ha estado vinculado a ellas desde entonces.

Actualmente tiene 200 colmenas, cuyas abejas polinizan su huerta y le proporcionan miel y cera con la que fabrica sus envoltorios ecológicos.

Fundó [EcoAlpisa](#), donde además de elaborar los envoltorios para conservar los alimentos con la cera de sus abejas, produce bolsas de algodón ecológico porque su objetivo es combatir el plástico.

“Este proyecto fomenta la protección de los polinizadores silvestres”

En EcoAlpisa, además, utiliza energía renovable y con este proyecto que *“fomenta la protección de los polinizadores silvestres”* ganó el Certamen Nacional de Jóvenes

El círculo ecosostenible

Uno de los objetivos principales de Natalia al comenzar su proyecto era no **“generar más residuos a la Tierra”**, por eso la finca se alimenta de energía eólica, dado su enclave natural en la Cueva del Viento (Icod del los Vinos) -unos de los tubos volcánicos más grandes del mundo- y mediante placas solares.

En cuanto al regadío de su huerta de verduras, relata que en su localidad “hay un problema con el vertido de agua de las casas y no quería formar parte del problema” y, por eso, **creó un sistema de depuración de aguas naturales a través del cual se riega su explotación**, que después polinizan las abejas de la finca.



Mujer joven y apicultora fabrica envoltorios de cera de abeja contra el plástico

Es un círculo “natural” del ecosistema que se cierra gracias a proyectos como este que intentan que la naturaleza sea un medio de vida circular y sostenible, y que además “no genere residuos”.

Las abejas son la base de todo

*“El 70 % de lo que come cualquier ser vivo, incluidos nosotros, depende de las abejas”, afirma, rotunda, Natalia. Y añade que **“estos seres vivos son la base de todo, si ellas no estuvieran las cosas serían muy diferentes”.***

“El 70 % de lo que come cualquier ser vivo depende de las abejas”

A modo de ejemplo explica que ***“para que las cabras coman hierba, tiene que haber una semilla, y por lo tanto una flor y un proceso de polinización, del cual se encargan las abejas y los polinizadores silvestres”.***

Es el comienzo de ese círculo sostenible que proyectos como el suyo quieren lograr para evitar, entre otras cosas el cambio climático, que es uno de los *“problemas”* que la joven se encontró, porque *“ahora mismo en Canarias debería estar todo verde gracias a la lluvia y no lo está porque no ha llovido nada”.*

Esto significa que las abejas no tienen mucho que polinizar porque lo que antes era un campo *“lleno de flores”* ahora es un terreno parcialmente *“muerto”* y, por ende, no pueden producir miel.

Pero Natalia no se paraliza por nada y continúa *“inventando”* actividades y negocio.



Con esa actitud consigue de sus abejas mucho más y, **además de producir los “ecoenvoltorios” y las bolsas de algodón ecológico, hace visitas guiadas a las colmenas y da charlas sobre la importancia de la apicultura, la conservación del medio ambiente y la biodiversidad.**

Porque, “si tuviera que vivir solo de la miel” de sus 200 colmenas....

El futuro de emprender

“*El futuro de los intentos*”, como ella lo ha denominado, su futuro en definitiva, **se basa en conseguir estabilizar la empresa** porque “falta que la empresa se asiente bien y consiga una estabilidad económica dentro del sector primario, que es complicado”.

Otro de sus planes a medio-largo plazo es generar empleo, actualmente su padre y una joven en prácticas le ayudan a sacar el trabajo adelante, pero Natalia pretende “*crear un*

equipo de trabajo que la ayude con todas las labores de la finca cuando sea posible”.

Flores comestibles, un negocio con futuro impulsado por la restauración

No todas las flores se pueden comer, pero las que sí visten ensaladas, platos y dulces con colores y sabores intensos, una tendencia al alza en la restauración tras su reapertura después de los peores meses de la pandemia, como prueba el que se hayan disparado los pedidos a los productores españoles.

[Efeagro](#)

Violas o pensamientos mini, pétalos de rosas y flores de ajo, alhelí, jazmín o hinojo son algunos ejemplos de los ingredientes que estas navidades pueden distinguir una comida o cena y que además de **aportar belleza al plato** -bien frescas, cristalizadas, liofilizadas o deshidratadas-, pueden degustarse sin ningún problema.

Tras un año 2020 que fue **“catastrófico”** tanto para la flor cortada decorativa como para las flores comestibles, varios operadores de este último negocio han coincidido en asegurar a Efeagro que la **demandas de pedidos se ha disparado** de cara a la celebración de las **próximas fiestas**.

La consejera delegada de la productora de flores

comestibles [Innoflower](#), Laura Carrera, reconoce que *“comer flores no es lo normal”*, aunque **hay referencias de ello que datan de más 2.000 años en China** y otras posteriores de la **Roma clásica**.

“Con la popularización de la ‘nouvelle cuisine’ a partir de los años 70 y 80, las flores comestibles se volvieron a poner de moda”, ha recordado antes de apuntar que en España hay una larga tradición, por ejemplo, de condimentar platos con los **pistilos de la flor del azafrán**.



Esta compañía, con sede en Zaragoza y fincas en dicha provincia y en la de Soria, cuenta con un amplio surtido de más de **media centena de flores comestibles que sirven durante las 52 semanas del año**.

Sabores ilimitados

*“Hay flores insípidas, dulces, amargas, saladas o con notas metálicas que aportan textura y color y que, en algunos casos, pueden cambiar el sabor del plato: **la magia la tienen los cocineros**”*, ha comentado.

Estas **“joyas comestibles”** cada vez son más demandadas por la restauración española, que estas Navidades está “desbordando la demanda” y permitirá a Innoflower, puesta en marcha en 2016, finalizar el ejercicio con una **facturación de 500.000 euros**, una cifra similar a la de 2019.

Las versiones cristalizadas, liofilizadas y deshidratadas, así como la línea de **piruletas de flores**, con mayor vida comercial, son los productos que han abierto el campo de la **exportación** a esta firma, que vende estos productos a rincones de Dubai, Rusia, Francia -el mayor consumidor de flor comestible de Europa- o de Italia.



Flores comestibles, un negocio con futuro impulsado por la restauración

*“Esperamos **duplicar la producción en un año** con la apertura de nuevas fincas y creemos que a medio plazo se podría multiplicar las ventas por cinco o por seis”, ha avanzado Carrera.*

Un consumo que va a ir a más

El propietario de **Microgreens**, [José Ángel Castillo](#), que comenzó en 2017 a producir flores comestibles ecológicas en Nerja (Málaga) “porque los restaurantes de la zona las pedían”, ahora vende también su producción en los mercados de Madrid, Córdoba y Jaén.

“Su consumo en España va a ir a más, no es una moda, es una tendencia que viene para quedarse, como ya ocurre en Francia o en Italia”, ha sentenciado.

Desde sus invernaderos, que en verano cubre con mallas de sombra en vez de con plásticos, ha asegurado que los pedidos no han parado de crecer desde el pasado mes de noviembre: **“ahora hay más demanda que oferta”**.

Alta cocina y Masterchef

El administrador de [Garanfruit Agro](#), **Vicente Ripoll**, se ha mostrado convencido de que fenómenos como el programa televisivo **Masterchef** o el auge de la **alta cocina** en España han **impulsado el conocimiento y la utilización de las flores comestibles** en la gastronomía durante el último lustro.

“No es fácil encontrarlas en los lineales de los supermercados e hipermercados, pero está claro que su consumo se va a impulsar, porque ya no solo importa el sabor de un plato, si no también su presentación o limpieza, ya que lo visual ha ganado terreno”, ha señalado.

Garanfruit Agro, que comercializa sus productos con las marcas Innobrotes y Maycagreens desde Algemesí (Valencia), ha pasado en seis años de tener 400 metros cuadrados dedicados al **cultivo de flores comestibles** a alcanzar los **4.000 metros cuadrados**; en 2022 espera facturar entre un 10 y un 15 % más que este ejercicio.

“Seguiremos creciendo en flor comestible, porque es un negocio al alza que comenzó con los chefs con estrella Michelin y al

que se están sumando ahora otros con menús más asequibles, que ven en este ingrediente culinario un reclamo que les distingue”, según Ripoll.





Picos puntuales de ventas

El gerente de producto de la mayorista hortofrutícola [CMR Infinita](#) de **Mercamadrid**, Jaime Muñoz, se ha mostrado convencido de que el negocio de la flor comestible “seguirá

creciendo", con sus **"picos puntuales" de ventas**, que se producen en **Navidad** y que se trasladan en **verano** desde las grandes ciudades a las zonas de costa.

La **celebración de bodas y comuniones** o el día de **San Valentín** también marcan el repunte de la demanda, ha añadido.

No hay legislación "ad hoc"

El jefe del Departamento de Derecho Alimentario del centro tecnológico [Ainia](#), **José María Ferrer**, ha precisado a Efeagro que la **legislación sobre qué flores son aptas o no para consumo humano no está contemplada de forma directa en la normativa** comunitaria y española.

"No existe un legislación "ad hoc" que pueda facilitar una lista oficial en la que te dicen qué especies puedes comer", por tanto debemos **tener en cuenta la legislación alimentaria de carácter general** (Reglamento 178/2002), ha matizado.

También, a su juicio, hay que tener en cuenta aquellas **disposiciones** en las que se contemplan las flores comestibles, por ejemplo, el **límite de residuos máximos en alimentos** (Reglamento UE 396/2005) o la regulación de otros productos en los que están presentes las flores, como es el caso de la **legislación sobre condimentos y especias**.

Datos clave sobre la producción y el consumo de carne en España y el mundo

El sector cárnico ocupa un importante lugar en la producción y el consumo de alimentos en España y el resto del mundo, en medio de los llamamientos para que reduzca su huella en el medio ambiente y a moderar el consumo de carne.

Efeagro

Las últimas declaraciones del ministro de Consumo, Alberto Garzón, pidiendo a los españoles que no coman tanta carne porque su consumo excesivo perjudica su salud y la del planeta han chocado con la oposición de la industria cárnica, las [organizaciones agrarias](#), administraciones y grupos políticos, entre otros.

Dentro del Gobierno, el [ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas](#), ha considerado la petición como una “campana desafortunada” que “no se merecen” los ganaderos y “no hace justicia” al sector cárnico, mientras que el presidente del Ejecutivo, **Pedro Sánchez**, ha querido zanjar la polémica diciendo que él prefiere, sin duda, que le pongan “un chuletón al punto”.

Estos son los principales datos de producción y consumo de carne:

España produjo en 2020 un total de **7,6 millones de toneladas de carne**, frente a los 7,2 millones de 2019, según la encuesta de sacrificio de ganado en mataderos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

La producción se dividió entre 5 millones de toneladas de carne de cerdo (+8,24 % anual), 1,71 millones de carne de ave (+0,74 %), 677.296 toneladas de vacuno (-2,57 %), 114.306 toneladas de ovino (-5,8 %), 51.228 toneladas de conejo (-1,75 %), 10.161 toneladas de caprino (-2,48 %) y 9.529 toneladas de equino (-1,06 %).

En 2020, los hogares españoles incrementaron el consumo de

carne en un 10,5 % anual, hasta sumar 2.305,25 millones de kilos, de acuerdo al informe anual de consumo alimentario del MAPA.



Datos clave sobre la producción y el consumo de carne en España y el mundo

La carne fue la categoría que más proporción del presupuesto acaparó en los hogares, con el 20,37 % de lo destinado a alimentación y bebidas (equivalente a un gasto de 349,54 euros por persona al año), y su valor creció el 12,9 %, con un precio medio de 7,01 euros por kilogramo.

El consumo per cápita se acercó a los 50 kilos **(49,86 kilos per cápita al año)**, un 10,2 % más respecto al año anterior.

Las emisiones de gases de efecto invernadero procedentes de la ganadería en España ascendieron en 2020 a 24,8 millones de toneladas brutas de CO₂ equivalentes, lo que supone el 0,8 % más que en 2019, principalmente por la gestión de estiércol y la fermentación entérica. Suponen **el 9,1 % del total de las emisiones en el país.**

Así figura en el avance del inventario de emisiones que publica el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (Miteco), que señala que el conjunto del sector agrario representó el 14,1 % de las emisiones totales nacionales y registró un aumento del 1,2 % anual por el ligero crecimiento de las cabañas ganaderas, responsables del 64,8 % de las emisiones en ganadería.

La Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (Aesan) aconseja **un consumo moderado de carne, entre 2 y 4 veces por semana**, ya que una ingesta continuada y excesiva puede relacionarse con problemas de salud, teniendo en cuenta que la carne es fuente importante de proteínas y otros nutrientes.

Su comité científico hizo esas recomendaciones tomando como referencia raciones de 100-125 gramos.

La producción mundial de carne disminuyó en 2019 a **325 millones de toneladas**, debido sobre todo al impacto de la peste porcina africana en China, donde cayó un 10 %, como recoge el informe de perspectivas agrícolas 2020-2029 de la Organización de la ONU para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

Se estima que **el consumo global de carne en la próxima década aumentará el 12 %**, aunque el menor crecimiento de los ingresos y los cambios en la dieta pueden hacer que el consumo per cápita se eleve en 2029 a apenas 34,9 kilos, poco más del 1 % respecto a 2019.

Según la FAO, la ganadería emite globalmente cada año 7,1 giga toneladas de dióxido de carbono a la atmósfera, el **14,5 % de todas las emisiones vinculadas a la acción humana**; el 44 % de las emisiones de la ganadería se dan en forma de metano.

El ganado representa un 65 % de las emisiones del sector, mientras que, entre las actividades asociadas, la producción y

procesamiento de piensos (incluido el cambio en el uso del suelo o deforestación) supone el 45 % de las emisiones; la fermentación entérica de los rumiantes, el 39 %; y la gestión del estiércol, el 10 %. El resto está relacionado con el procesamiento y transporte de los productos animales.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) pide limitar el consumo de grasas, sal, sodio y potasio, elementos presentes en carnes y otros productos procesados. En sus principios para promover dietas saludables, recuerda que **los mayores factores de riesgo para las enfermedades no transmisibles incluyen una alta ingesta de carnes rojas y procesadas, bebidas azucaradas, ácidos grasos trans y sodio.**

El consumo de pescado se resiente por el vacío hostelero de la covid

Las pescaderías españolas afrontan el último trimestre del año con un “vacío” importante por la crisis hostelera debido a la pandemia y al temor a que la coyuntura económica hunda el consumo.

Efeagro

El otoño se presenta muy incierto para el consumo de pescado y de marisco, tras un verano en el que el turismo nacional ha salvado las cuentas de muchos negocios, pero no ha sido suficiente para llenar el hueco de millones de visitantes extranjeros que viajaban a España antes de la pandemia, según la **Federación Nacional de Asociaciones Detallistas de Pescado**

([Fedepesca](#)) .



María Luisa Álvarez directora de Fedepesca

La directora de Fedepesca, María Luisa Álvarez, ha declarado a Efeagro que ese “vacío” hostelero se va a prolongar, y más si aumentan las restricciones debido al avance del coronavirus en el país y a una segunda ola que llega antes de lo previsto.

El consumo de pescado se resiente

Los **pescaderos** están “*muy preocupados*” por las perspectivas de futuro, de acuerdo con Álvarez, quien ha reconocido que en algunas autonomías el verano ha dado una tregua a estos minoristas tradicionales.

En las zonas turísticas del litoral o de interior, las pescaderías “*han trabajado bien*” -en los mismos niveles que otros años- excepto en aquellas comarcas con “alta dependencia” del turismo internacional, ha subrayado.



El consumo de pescado se resiente

En ese sentido, Canarias y Baleares han registrado una caída más notable de la venta de productos pesqueros en relación a 2019.

El balance del verano es desigual, con mejores resultados en zonas residenciales que en las turísticas, como ha ocurrido en [Madrid](#), donde las ventas en los barrios han funcionado bien en comparación con un desplome en el centro de la ciudad, vacío de visitantes, según Fedepesca.

En general, se ven más afectados los pescaderos que sirven a restaurantes.

Según el último **Índice de Precios al Consumo (IPC)**, los del pescado fresco y congelado subieron un 1,3 % en agosto en comparación con el mismo mes del año anterior.

Impacto en el empleo

A medida que llega el frío y se acaba la temporada de terrazas, aumenta la preocupación de los pescaderos, porque además la pandemia *“aún no ha dado la cara del todo”* en lo que

se refiere a su impacto en el empleo y en el poder adquisitivo del consumidor, ha añadido.

A esta inquietud se suma la incertidumbre por la continuidad de los ERTE, según Álvarez.

Las pescaderías ya miran con preocupación hacia la **campaña de la Navidad** -momento clave para el consumo de pescado y la facturación de estos negocios-, porque en unas semanas deben planificar su oferta y surgen muchas incógnitas, entre ellas las limitaciones a las reuniones familiares o de amigos.

En las lonjas también se refleja esta situación y los precios son muy bajos para especies de pescado como el pez espada o de mariscos, y la flota nota el problema, según la patronal española de armadores Cepesca.

En los mercados centrales de abastecimiento, las cotizaciones pesqueras son desiguales, con un repunte semanal de merluzas, sardinas, boquerones y calamares, mientras que caen las de pescadillas y bacaladilla, de acuerdo con la red **Mercasa**.