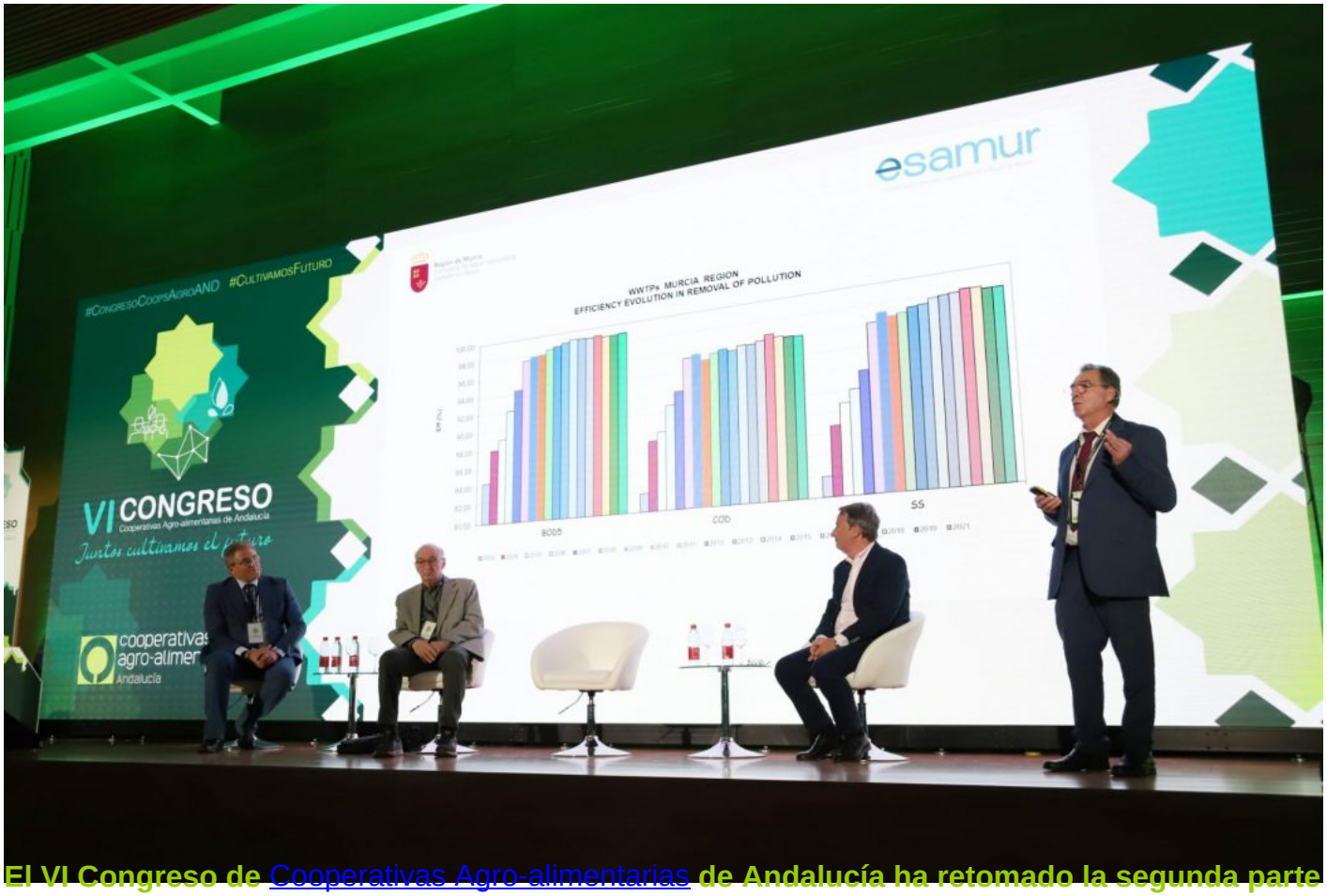
Expertos en materia hídrica plantean alternativas para el regadío andaluz



El VI Congreso de Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía ha retomado la segunda parte de la jornada con el foco puesto en los retos frente a la falta de agua y en las alternativas disponibles para garantizar que el recurso llegue a las explotaciones agrícolas y ganaderas.

El programa ha continuado con la ponencia titulada ‘Retos frente a la escasez de recursos hídricos en la producción agraria’, a cargo del ex director general de Planificación y Recursos Hídricos de la Junta de Andalucía, Fernando Delgado Ramos. Durante su intervención, ha puesto la lupa sobre los planes hidrológicos y los planes de sequía, señalando sobre éstos últimos que están más enfocados “al abastecimiento”, pues prestan “menos atención al regadío”, sector que concentra el mayor consumo hídrico. En el mismo sentido, ha instado a revisar “y corregir” los indicadores que llevan a declarar una situación de sequía, ya que en base a dichos parámetros, se da la paradoja de que “no exista oficialmente esta coyuntura en Andalucía, pese a que en el campo todos sepan que hay sequía”.

Respecto a los planes hidrológicos, ha señalado que en España hay seis funcionando, cuyo objetivo es garantizar el buen estado del agua, pero también satisfacer las demandas y eliminar

los déficits hídricos.

Por último, ha subrayado que “Andalucía tiene un papel fundamental en la agricultura de España y de Europa”, por lo que ha reclamado que “la inversión hídrica tiene que ser en la misma proporción en la que el campo andaluz contribuye a la riqueza del país”. “Con la comida no se juega, y Andalucía necesita soluciones ya”, ha apostillado.

Algunas de esta alternativas, como el agua regenerada y las aguas subterráneas, se han puesto sobre la mesa en un debate moderado por el propio Fernando Delgado, y que ha contado con el catedrático emérito de la Universidad de Córdoba, Elías Fereres Castiel; el director técnico de Esamur, Pedro Simón Andreu; y el hidrogeólogo de la Confederación Hidrográfica del Segura, Francisco Turrión Peláez.

Los expertos han insistido en la necesidad de depurar el agua antes de su reutilización y han señalado que el 99% del agua del planeta es subterránea, por lo que “ese enorme potencial no puede ser ignorado”, ha precisado.

En este sentido, y ante las amenazas del cambio climático, han recalcado que “hay que buscar soluciones para sostener el regadío en situaciones límite como la actual”. Además, han reclamado “contar ya con infraestructuras públicas para aguas subterráneas, integrándolas en la planificación hidrológica”, y han instado a que se permita “construir pozos de hasta 7.000 metros cúbicos al año en las explotaciones”, solución que permitiría “regar unas 8-9 hectáreas de viñedo o de olivar”. Por ello, han reiterado que “hay que poner solución al déficit sin eliminar regadíos”.

Costes hídricos

En cuanto al coste del agua regenerada, los expertos lo han cifrado en una horquilla que varía entre “los cuatro y los diez céntimos de euro por metro cúbico”. Además, atendiendo a la máxima de que “quien contamina paga”, han señalado que este coste debería ser asumido “por los ciudadanos, a través del canon de saneamiento”.

Respecto a la desalación, como una de las alternativas, los participantes han criticado “el negocio” que supone distribuir el recurso por tuberías, y han reclamado el derecho que tiene el sector productor de acceder al agua subterránea de sus fincas, porque “es barato y, además, lo hace autosuficiente para la producción de alimentos”. En cambio, “las políticas están más volcadas hacia la desalación”.

Valor social

El cierre de la primera jornada del congreso, en el que se pusieron sobre la mesa alternativas para garantizar el agua en el campo, lo ha puesto José Ignacio Larretxi Burgos, presidente de GEAccounting, entidad sin ánimo de lucro que impulsa la contabilidad social como herramienta

para reforzar el vínculo empresarial con el entorno al tiempo que la competitividad en los mercados. Para ello, como ha explicado José Ignacio Larretxi, el análisis integra el valor de mercado de la empresa con el valor emocional de las acciones que ejecutan en su entorno -desde la plantilla, pasando por clientes y proveedores, hasta la ciudadanía- para traducirlo en términos económicos. En este sentido, el presidente de GEAccounting ha insistido en “que por mucha tecnología puntera con la que cuente la empresa, sin personas motivadas no se alcanzan resultados extraordinarios”.