



Agricultura defiende la política hídrica frente a las críticas por la falta de agua

El Ejecutivo destina 1.350 millones a 96 actuaciones para modernizar los regadíos

María Juárez MADRID.

El aceite es el oro líquido; sin embargo, es fundamental una buena gestión del agua que vaya de la mano. “Hay una apuesta muy clara por la modernización de regadíos que es vital”, explicó María Begoña García Bernal, secretaria de Estado de Agricultura y Alimentación, durante la jornada *Aceite de Oliva: La oportunidad del sector oleícola por liderar la calidad a nivel mundial*, organizada por *elEconomista.es*. En este sentido, puso de manifiesto algunos datos reales: “530,6 millones de euros de inversión en modernización de regadíos; 208,6 millones a través del convenio tradicional de la SEIASA, con 19 actuaciones, tres finalizadas y 16 pendientes de firma con las comunidades de regantes”.

También se puso el foco en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. “Hablamos de 322 millones de euros y 22 actuaciones, de las cuales ocho ya están finalizadas y catorce lo estarán antes de que termine el año”, aseveró. Y agregó que “los fondos europeos fueron una apuesta del ministro Luis Planas y del Gobierno de España, con 1.350 millones de euros destinados a 96 actuaciones y obras de modernización de regadíos en todo el país”.

Siguiendo esta línea, la secretaria destacó que “la gobernanza de las confederaciones hidrográficas hay que revisarla. Quienes venimos del territorio y de gestionar con la gente sabemos perfectamente lo que cuestan los permisos, las inspecciones y todos los trámites”. Además, puso de ejemplo el nuevo regadío de Monterrubio de la Serena, que se puso en marcha esta misma semana en Extremadura. “Cuenta con 1.200 hectáreas, 300 agricultores y agricultoras beneficiados, olivar tradicional, una denominación de origen y dos cooperativas, La Soledad



María Begoña García Bernal, secretaria de Estado de Agricultura y Alimentación. ALBERTO MARTÍN

“Tras la guerra, el Gobierno publicó 877 millones de euros para apoyar al sector primario”

y La Milagrosa, en un pueblo de menos de 5.000 habitantes”, dijo y continuó explicando que “los propios regantes decían que con ese riego de apoyo –un riego por goteo de 1.250 metros cúbicos por hectárea– van a triplicar su producción y garantizar la sostenibilidad de sus explotaciones”. Del mismo modo, también puso el ejemplo de Canarias,

donde esta modernización “está suponiendo una auténtica revolución, pues estamos invirtiendo más de 220 millones de euros en aguas no convencionales, regeneradas o desaladas”, decretó.

No cabe duda de que estamos en un momento de incertidumbre geopolítica con múltiples conflictos internacionales. “El 23 de febrero de 2026 comenzó la guerra de Irán. Menos de un mes después, el 20 de marzo, este Gobierno publicó en el BOE 877 millones de euros para apoyar al sector primario: 500 millones para fertilizantes, 300 millones en líneas ICO-MAPA-SAECA, 52 millones para bonificar el gasóleo agrícola y 25 millones para el pesquero”, afirmó y aseguró que “no

hay ningún otro Estado miembro de la Unión Europea que haya puesto ayudas directas de este tipo a corto plazo. Eso se llama acompañamiento. Eso es apoyar de verdad a un sector estratégico para España. Porque el aceite de oliva virgen extra es marca España”.

La marca España

La secretaria aprovechó la ocasión para poner en relieve la importancia de la marca España. “El ICEX y el Ministerio de Agricultura trabajan juntos para promocionar nuestro sector agroalimentario bajo la marca ‘Alimentos de España’. Además, vamos a lanzar un nuevo sello tecnológico vinculado al sector agroalimentario: *Spain Agrifood*

Tech”, dijo. En relación con esto, García Bernal destacó la importancia de la innovación, la digitalización y la inteligencia artificial y aseguró que “este Gobierno ha impulsado las cátedras de inteligencia artificial; la Universidad de Córdoba tiene una específica, y además estamos trabajando en espacios de datos y en Vega Innova, nuestro *hub* de innovación agroalimentaria en San Fernando de Henares”.

Según la secretaria, existe una falta de comunicación, por ello, “hay que contar las cosas con un lenguaje que la gente entienda, porque para quienes estamos dentro del sector muchas cosas son normales, pero para el consumidor no lo son. La gente quiere saber qué aceite compra y de dónde viene”. Ahora bien, destacó el esfuerzo por parte del sector hostelero, pues “en muchos restaurantes ya encontramos botellas de distintas variedades de aceite para elegir, igual que elegimos un vino. De hecho, Paradores es un buen ejemplo, ya que en todos sus establecimientos ofrecen aceites vinculados al territorio y a las denominaciones de origen cercanas. Eso tam-

“Nadie produce mejor que nosotros con los estándares de sostenibilidad que tenemos”

bién es cultura gastronómica y promoción de producto”.

En definitiva, “hay un trabajo conjunto entre el Gobierno y el sector. Pero tenemos que seguir avanzando en comunicación, innovación, digitalización e inteligencia artificial. Y debemos lograr que esa innovación llegue también a las pequeñas y medianas explotaciones, porque son fundamentales para sostener el mundo rural. Nadie va a producir mejor que nosotros con los estándares de sostenibilidad que tenemos. Lo que debemos hacer es valorizar nuestro aceite y venderlo mejor, llegando también al mercado *gourmet* internacional porque representa lo mejor de nuestro país y porque es, sin duda, nuestro oro líquido”.