



PROGRAMA **PUENTES**

PRÁCTICAS
UNIVERSITARIAS
EN TERRITORIOS
SOSTENIBLES



TRABAJO FIN DE PRÁCTICAS (TFP) PROYECTO DE APLICACIÓN DE LA **AGENDA URBANA**

TRANSFORMACIÓN DE PRODUCTOS SAT

ALMENDRA E HIGO

MANCOMUNIDAD COSTA TROPICAL CONTRAVIESA



SELA GARCÍA ESTEBAN

SEPTIEMBRE 2023

EL PROYECTO DE APLICACIÓN EN AGENDA URBANA (PAU)

1	Proyecto de intervención para la aplicación de la agenda urbana.	Pg 3
1.1	Objetivos específicos del proyecto de intervención.	Pg 3
1.2	Rescate y tratamiento de información de partida.	Pg 5
1.3	Diagnóstico de situación.	Pg 10
1.4	Estudio de casos similares y buenas prácticas.	Pg 16
2	Formulación del problema y evaluación de soluciones.	Pg 21
3	Proyecto de Aplicación de Agenda Urbana.	Pg 24
	3.1 Denominación.	Pg 24
	3.2 Objetivos.	Pg 24
3.3	Planteamiento general.	Pg 25
3.4	Actores y roles en el proyecto.	Pg 26
3.5	Recursos necesarios y posibles	Pg 33
3.6	Fases para su implantación	Pg 36
3.7	Hoja de ruta municipal propuesta para el desarrollo del proyecto.	Pg 37
3.8	Análisis de factibilidad para su desarrollo o Resumen del estudio de viabilidad.	Pg 52
3.9	Incorporación y análisis de la perspectiva de género en el proyecto.	Pg 59
3.10	Diseños previos, infografías, mapas, desarrollo 3D, etc...	Pg 72
3.11	Consecución de objetivos en relación al proyecto.	Pg 73
4	Bibliografía.	Pg 76

ANEXOS

Anexo 1. Presentación del proyecto en Power Point.

Anexo 2. Reportaje gráfico.

Anexo 3. Ficha de proyecto de la entidad local.

Anexo 4. Encuestas a ayuntamientos.

Anexo 5. Encuestas sobre empoderamiento femenino.

Anexo 6. Encuestas realizadas a empresas.

Anexo 7. El algarrobo.

Anexo 8. Información Higo.

Anexo 9. Productos transformados del Higo.

Anexo 10. Información Almendra.

Anexo 11. Productos transformados de la Almendra.

PROYECTO DE INTERVENCIÓN PARA LA APLICACIÓN DE LA AGENDA URBANA (PAU)

1. PROYECTO DE INTERVENCIÓN PARA LA APLICACIÓN DE LA AGENDA URBANA.

1.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN.

El presente proyecto se enmarca en la Agenda Urbana de la Mancomunidad de la Costa Tropical de la Contraviesa, que, conforme a los Objetivos Estratégicos que se habían creado en la Agenda Urbana provincial de Granada, se definieron unas metas para los municipios pertenecientes a la Mancomunidad, siendo estos unos comarcales, y unos generales en cuanto a la Agenda Urbana Española.

Los objetivos específicos en cuanto a la zona comarcal principalmente se encuentran en:

- El fortalecimiento de la economía comarcal, es decir, de la Mancomunidad Costa Tropical Contraviesa.
- Una óptima utilización del potencial existente en el patrimonio histórico, cultural, gastronómico y natural de la zona.
- La búsqueda de una mayor productividad local.
- Un progreso en cuanto a la transición ecológica y más justa de la economía de los municipios.
- Aumento de la población en las zonas comarcales de la Mancomunidad.
- Mejora de la calidad de vida de la población, así como de los servicios utilizados por los habitantes y su calidad.
- Aumento de la generación de nuevos empleos en la zona.
- Aumento de los emprendedores de las pequeñas zonas rurales dentro de esos municipios.
- Generación de una economía baja en carbono parte del consumo local.
- Existencia de igualdad e inclusión, en referencia tanto a jóvenes como a adultos, aportando formación a estos.
- Composición de una nueva manera de dinamización y diversificación en cuanto a la actividad económica rural.

Los objetivos específicos del proyecto en cuanto a la Agenda Urbana Española, y en relación con la provincial de Granada, nos encontramos con los siguientes:

- Existencia de una economía sostenible
- Favorecimiento de una economía circular
- Impulso y mejora de la economía urbana y rural, así como los pequeños comercios locales.
- Acogimiento de mayor proximidad, logrando una movilidad sostenible
- Prevención y reducción de los posibles impactos en cuanto al cambio climático, así como aumento de la resiliencia respecto a este.
- Ordenación del territorio y utilización racional del suelo, con el fin de conservarlo y protegerlo.
- Colaboración en cuanto a la cuestión y problema existente de la despoblación rural.

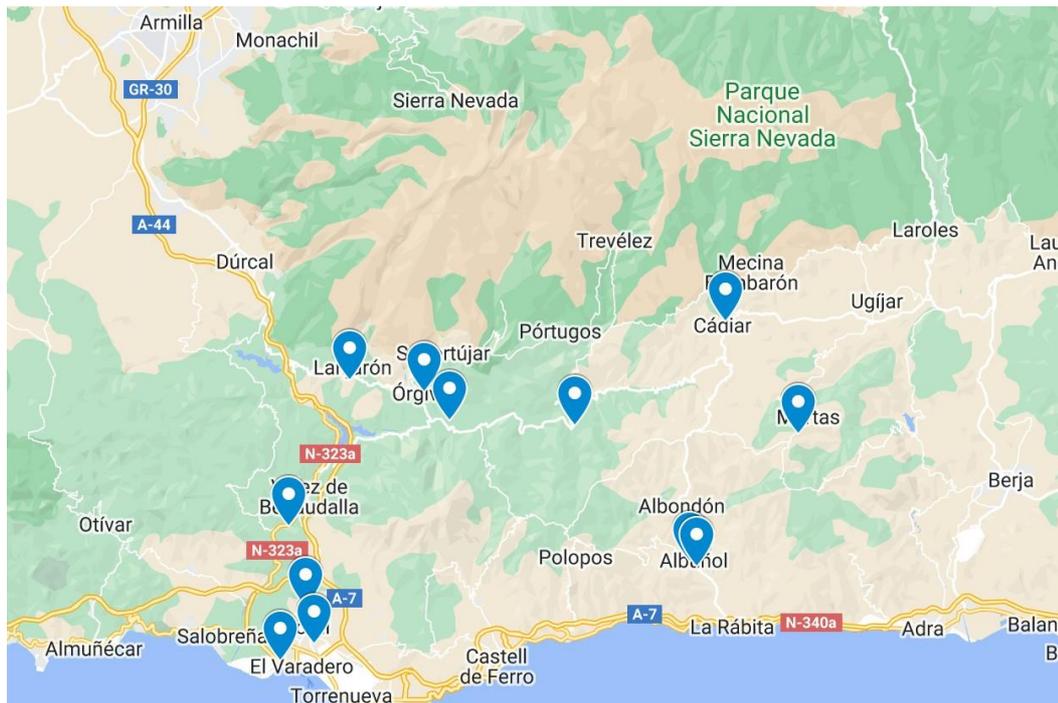
Es por ello, que el proyecto de intervención consiste principalmente en el apoyo por parte de la población de la zona para lograr implementar la Agenda Urbana dentro de la Mancomunidad de la Costa Tropical Contraviesa, conforme al desarrollo de proyectos y realización de actividades descritos en la Agenda Urbana Española.

Además, a continuación, se encuentran los objetivos específicos preestablecidos en el contenido de la ficha preliminar proporcionada por parte de la Diputación de Granada a la estudiante:

- A. Creación de un listado específico de productos transformados en torno a la almendra y el higo que tengan una buena proyección en el sector económico agroalimentario.
- B. Generar o diseñar una estrategia comarcal comercial unificada que posibilite la negociación con otras distribuidoras y comercializadoras, a través de la promoción de agrupaciones de productores
- C. Mejora y/o desarrollo de los canales cortos y largos de distribución y comercialización agrícola de productos transformados.

1.2. RESCATE Y TRATAMIENTO DE INFORMACIÓN DE PARTIDA.

Para reconocer la información de partida de la Mancomunidad Costa Tropical de la Contraviesa, se han realizado una serie de encuestas a las empresas de la zona -cuyas preguntas encontraremos a lo largo del Anexo IV-, y que conforme a su localización se encontraban en los puntos descritos en el mapa siguiente:



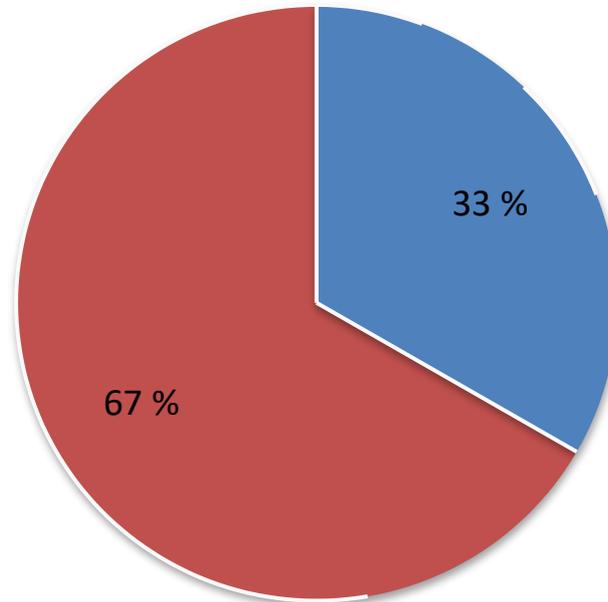
Mapa de localización de las empresas

En cuanto a la información de las empresas situadas en el mapa anterior, la encontraremos en la tabla siguiente, donde se describe la localización municipal de estas, si deseaban colaborar o no, si el cuestionario le fue mandado -ya fuese de manera online, presencial o verbal mediante una llamada telefónica-, así como el número de veces que se trató de contactar con estas, encontrando las respuestas deseadas o no:

NOMBRE	LOCALIZACIÓN	COLABORACIÓN	SE HA MANDADO CUESTIONARIO	LLAMADAS
JIMAR FRUTAS Y VERDURAS S.L.	CÁDIAR	SI	SI	3
GRANADA FRUITS	MOTRIL	SI	SI	4
INDUSTRIA HIGUERA ALPUJAREÑA S.L.	MOTRIL	SI	SI	7
LAS TORCAS S.C.A.	LOS TABLONES	NO	NO	2
EL MIRTO, PRODUCTOS ARTESANOS DE HIGO S.L.	MURTAS	NO	SI	5
LA UNIÓN ANDALUCÍA SAT - ALMENDRAS LÓPEZ	ALBUÑOL	NO	SI	5
MARTÍN GARCIOLO	VÉLEZ DE BENAUDALLA	NO	NO	3
ROMERA TORVIZCÓN S.L.	TORVIZCÓN	NO	NO	3
AL-ANDALUSS DELICATESSEN S.C.A.	LANJARÓN	NO	NO	2

Por tanto, para que sea más visible se encuentra en la siguiente gráfica expresado el porcentaje de empresas participantes, y cuales no, de todas la empresas encontradas del territorio de la Mancomunidad de la Costa Tropical de la Contraviesa siendo un 67% los participantes y un 33% las que no participaron o dijeron participar pero finalmente no contestaron la encuesta.

● Participantes ● No participantes



En cuanto a las conclusiones llegadas gracias a la encuesta, se describen a continuación

Conforme a las empresas participantes, un 33% de estas venden sus productos al público como los principales vendedores, es decir, directamente al consumidor final y un 67% de estas distribuyen sus productos a terceros los cuales terminarán vendiéndolo al público finalmente, es decir, funcionando como intermediarios con los que finalmente les venderán al consumidor final el producto.

De todas las empresas participantes a su vez, un 67% piensa que su número de clientes está aumentando a causa de sus productos, puesto que, a pesar de no haber variado en los últimos años, siguen funcionando correctamente, frente al 33% que dice mantenerse estable con su número de clientes, o ligeramente decreciendo con ellos, a causa de la falta de innovación en sus productos.

En cuanto a la transformación de productos, el 67% de las empresas vende lo productos directamente tras su recolección, en cambio el 33% de estas los vende tras su previa transformación.

Respecto a la materia prima necesaria para la realización de sus actividades, las empresas expresan que esto depende sobretodo de los aspectos climatológicos o de sequía, puesto que son los que pueden afectar al cultivo o a la agricultura en general.

La generación de residuos es algo común a día de hoy en las grandes empresas, por ello se les preguntó a estas empresas si generaban subproducto al realizar su actividad productiva y, siendo así, si reutilizaban este en otra actividad paralela a la principal, lo utilizaban como producto para otras empresas o lo desechaban como residuo, a lo que, el 67% de las empresas han comunicado no generar subproducto, puesto que sus productos eran naturales, y en el caso del 33% han descrito vender este subproducto a ganaderos, los cuales utilizarán como alimento para su ganado.

Sobre los aditivos en la elaboración de los productos transformados de las empresas transformadoras participantes, el 100% de estas decían utilizar aditivos, pero no mencionaban la cantidad utilizada para ello.

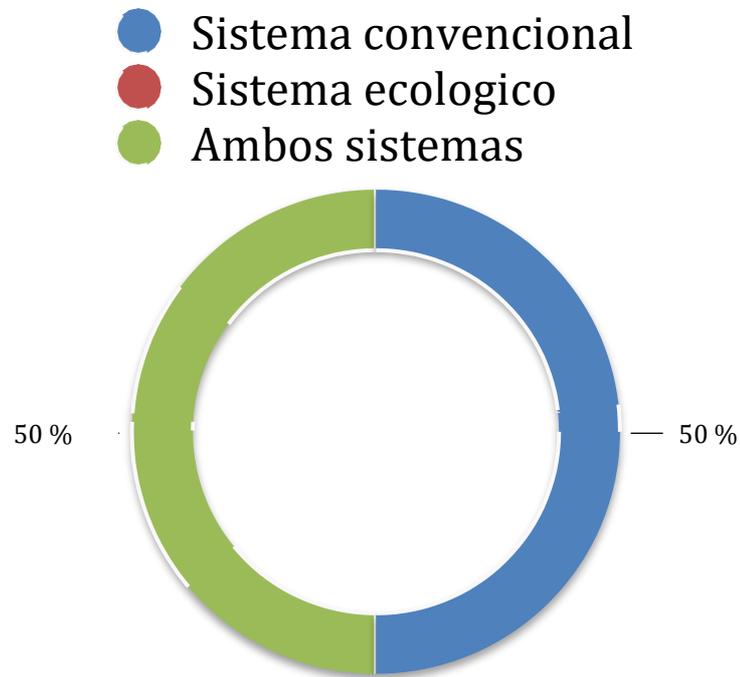
El 33% de las empresas participantes son capaces de abastecerse con sus propios productos, frente al 67% que comenta necesitar a su vez de productos externos para su correcto funcionamiento.

Con relación a las variedades de productos comercializadas por estas empresas -en cuanto a la almendra y al higo- y por tanto conforme a los que realizan sus actividades, el 100% de las empresas dicen ser procedentes de la zona de la Contraviesa.

Referente a las variedades cultivadas por estos, de almendra resaltan principalmente la variedad Almendra Marcona y Almendra Comuna. En las variedades del higo cultivadas nos encontramos con el Higo Pajarero y el Higo Cuello de Dama.

Por lo que corresponde a las empresas cultivadoras, el 50% de estas tiene un sistema únicamente convencional, y el otro 50% se encuentra con un sistema de cultivo tanto convencional como ecológico, aunque pretende que sea ecológico para un futuro -preferiblemente los próximos años-.

El 67% de las empresas opinan que el cultivo para la producción de la almendra y el higo están en fase de declive, principalmente por la dificultad en la agricultura que demanda, frente al 33% que opina no estarlo.



En consideración a la sustitución de almendras y de higos por otros cultivos, el 67% de las empresas opinan que esto está ocurriendo actualmente por motivos tanto económicos como climáticos, además de porque los productos están desfasados, en cambio el 33% opina que esto está ocurriendo únicamente por motivos económicos.

La subida de precio de este año de las materias primas ha afectado en la venta, compra y producción del 100% de las empresas. A consecuencia de ello, algunas han perdido beneficios o están perdiendo actualmente.

El 100% de las empresas ha comentado no tener ningún certificado de calidad para las almendras e higos cultivados, así como para otros productos que también distribuyen.

El 67% de las empresas apoya que la zona de la Contraviesa tuviese una DOP (Denominación de origen protegida), propia a la almendra y al higo. En cambio el 33% dice que no apoya esa idea.

En cuanto a la característica que diferencia a las empresas de su competencia, las respuestas han sido principalmente la calidad de sus productos, aunque también han encontrado su importancia en los servicios y la seriedad de la empresa.

Sobre las amenazas que ponen en riesgo la actividad productiva de estas empresas el 67% opina que la sequía es el peligro mayor actualmente, frente al 33% que opina que es importante la sequía, al igual que las plagas y los costes productivos de la actividad.

El 67% de las empresas piensan que una forma de captar un mayor número de clientes podría ser mencionar la procedencia de las almendras e higos es decir que son de la zona de la Contraviesa o que los productos elaborados son mejor a partir de los mismos para ponerle el valor, frente al 33% que dice no ser necesario mencionar la procedencia de estos.

En consideración a la disposición por parte de las empresas para crear asociaciones con comerciantes locales, así como con empresas de transformación o cooperativas, el 67% dice no estar dispuesto a asociarse, frente al 33% que probaría esta nueva idea.

1.3. DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN.

1.3.1. LOCALIZACIÓN DE LA MANCOMUNIDAD

La Mancomunidad de la Costa Tropical de la Contraviesa se encuentra ubicada paralelamente a Sierra Nevada entre su río Guadalfeo y la costa del mar Mediterráneo, formando parte de la Alpujarra, concretamente de la denominada Alpujarra Baja, y siendo parte de la provincia de Granada.

La Mancomunidad o también denominada como Sierra de la Contraviesa, esta dividida en los municipios de Torvizcón, Almegíjar, Cástaras, Lobras, Cádiar, Ugíjar, Murtas, Turón, Albondón, Adra, Albuñol, Sorvilán, Polopos, Rubite y el antiguo municipio de Alcázar, actualmente integrado en el municipio de Órgiva.



Mapa de localización de la Sierra de la Contraviesa

1.3.2. CLIMATOLOGÍA Y VEGETACIÓN DE LA MANCOMUNIDAD

La Mancomunidad de la Contraviesa se caracteriza por tener un clima mediterráneo subtropical, aunque también tiene ciertas influencia continentales por su cercanía con Sierra Nevada y su proximidad al mar Mediterráneo.

Su diferencia de climatología aun perteneciendo a la misma comarca permite que exista tanto vegetación que necesite de suavidad y humedad como de calidez y sequedad, existiendo una variabilidad de vegetación que puede ser tantos cultivos agrícolas tradicionales como matorrales o productos que tengan gran resistencia a la sequía.

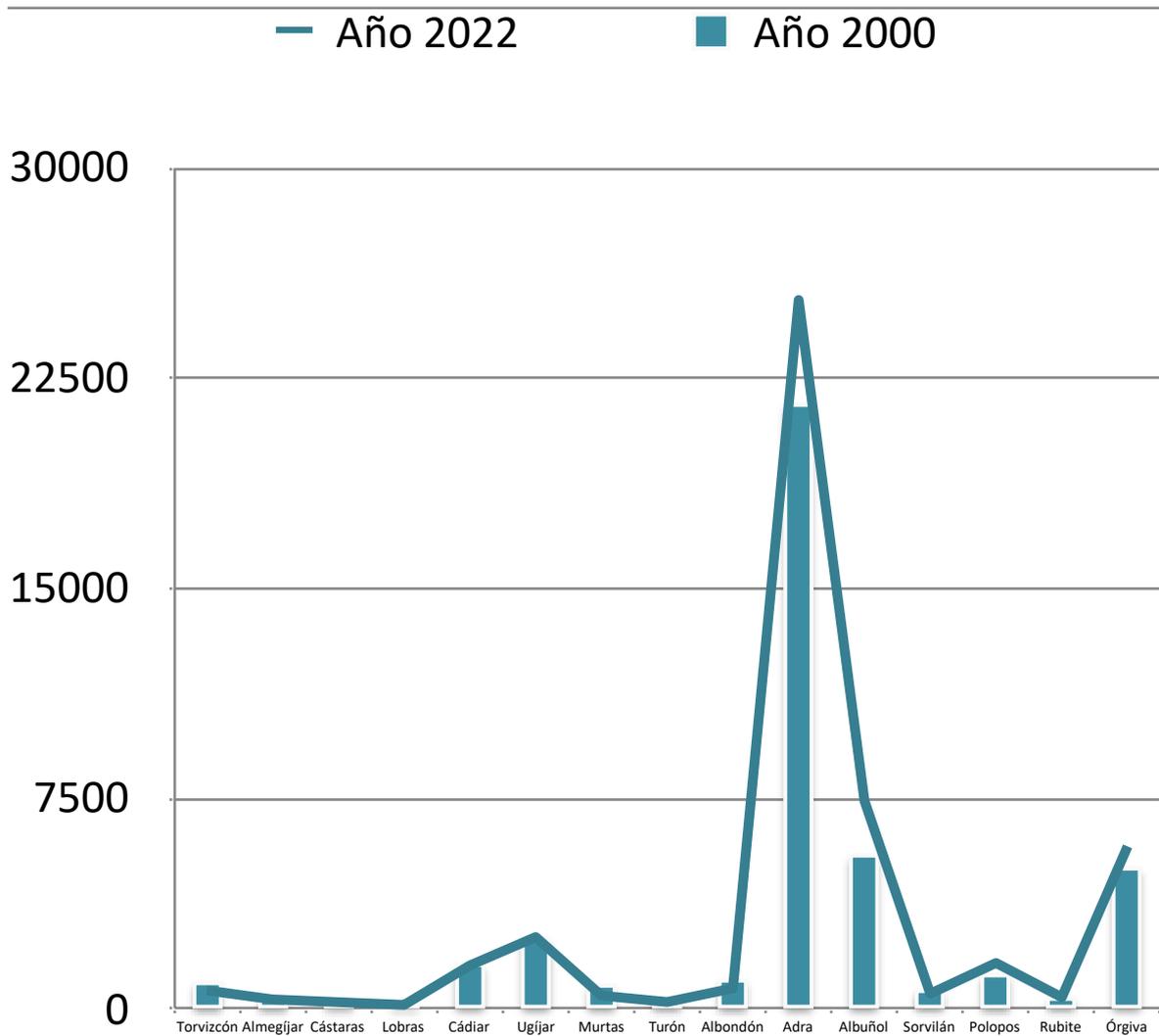
1.3.3. POBLACIÓN

La mancomunidad está inmersa en un procedimiento demográfico importante debido a que existen dos aspectos que se pueden ver en este, existiendo un despoblamiento en una gran mayoría de los pequeños municipios, donde la mayoría de la perdida existente podría ser por envejecimiento, y otro aspecto que se puede ver es el doblamiento de otros municipios, entre ellos el de Órgiva debido a la integración de Alcázar en él.

MUNICIPIO	POBLACIÓN EN 2000	POBLACIÓN EN 2022
Torvizcón	916	650
Almegíjar	427	328
Cástaras	291	233
Lobras	173	135
Cádiar	1.588	1.542
Ugíjar	2.464	2.555
Murtas	797	463
Turón	359	235
Albondón	996	724
Adra	21.505	25.300
Albuñol	5.462	7.420
Sorvilán	633	535
Polopos	1.225	1.630
Rubite	389	403
Órgiva	5.035	5.791

Por tanto, los municipios que se encuentran en despoblamiento son Torvizcón, Almegíjar, Cástaras, Lobras, Cádiar, Murtas, Turón, Albondón y Sorvilán; a su vez, los que se han encontrado con mayor población en las últimas décadas son Ugíjar, Adra, Albuñol, Polopos, Rubite y Órgiva, como podemos ver en la tabla anterior.

La despoblación actual existente en la Mancomunidad también se puede ver reflejada en la gráfica que se ha realizado a continuación conforme a los datos anteriormente investigados con el fin de que se observe con más claridad que a lo largo de los últimos años ha habido un claro decrecimiento en los habitantes de los municipios:



Algunas de las observaciones que se han tenido en cuenta en el cambio de la población existente serían las posibles razones por las que ha existido un decrecimiento en la producción de la almendra, puesto que en esas zonas existe menor población; en cambio, el aumento en diferentes cultivos se puede apreciar en los municipios pertenecientes a las zonas bajas de la Mancomunidad, al existir un mayor número de invernaderos.

1.3.4. EMPRESAS

En cuanto al número de empresas dedicadas a la industria agroalimentaria de la Mancomunidad, en relación con la almendra y el higo, el número era bastante reducido por lo que debimos de buscar empresas en otras zonas para realizar las encuestas que darían lugar a los resultados que vimos anteriormente, siendo estas, cuya fuente de

información se realizó conforme a páginas web y el RIA -Registro de Industrias Agroalimentarias- :

RAZÓN SOCIAL	LOCALIZACIÓN	TELÉFONO	CORREO ELECTRÓNICO
JIMAR FRUTAS Y VERDURAS S.L.	CÁDIAR	696 01 82 95	jimarfruits@gmail.com
GRANADA FRUITS	MOTRIL	SI	info@granadafruits.es
INDUSTRIA HIGUERA ALPUJAREÑA S.L.	MOTRIL	958 82 51 24	infohigos@higossec.com
LAS TORCAS S.C.A.	LOSTABLONES	958 78 53 44	NO
EL MIRTO, PRODUCTOS ARTESANOS DE HIGO S.L.	MURTAS	607520188	herenciaalpujarrena@gmail.com
LA UNIÓN ANDALUCÍA SAT - ALMENDRAS LÓPEZ	ALBUÑOL	958638116	facturación@almenbraslopez.com
MARTÍN GARCIOLO	VÉLEZ DE BENAUDALLA	654 26 85 54	info@naturageodeva.com
ROMERA TORVIZCÓN S.L.	TORVIZCÓN	630225682	romeratorvizcon@andaluciajunta.es
AL-ANDALUSS DELICATESSEN S.C.A.	LANJARÓN	958 77 21 11	info@andalussca.com

1.3.5. DIAGNÓSTICO FINAL DE LA SITUACIÓN

Para el impulso del sistema alimentario territorial -SAT- en la Mancomunidad Costa Tropical de la Contraviesa, conforme a la transformación de los productos agroalimentarios -entre ellos almendra e higo-, se realizaron las encuestas anteriormente descritas, así como los análisis sobre el aumento o decrecimiento de la

población en los municipios pertenecientes a la mancomunidad o de las empresas existentes en la zona y alrededores. Así pues, se observaron los siguientes resultados.

En cuanto a la población, a lo largo de las dos últimas décadas, tomando como referencia el año 2000, existe una clara disminución de los habitantes de los municipios más pequeños, como se ha podido observar en el punto 1.3.3, siendo las razones para ello tanto el envejecimiento de las personas que conviven en estos municipios como la falta de emprendimiento en estos, así como la escasez en cuanto a oportunidades en el sector laboral se refiere.

En cuanto a las empresas, se encontró poca predisposición por parte de ellas a la hora de responder las encuestas propuestas, así como también falta de afán por participar en el proyecto, pues en general la mayoría de sociedades o empresas tanto de la zona como de alrededores, en cuanto al sector agroalimentario se refiere, generalmente están en situación de “supervivencia”, más que con motivación para un posible futuro emprendimiento. A causa de esta falta de cooperación, el proyecto se complicó a la hora de realizar el análisis y diagnóstico principal.

En cuanto a la posibilidad de que estas empresas se asociasen conjuntamente por el futuro de estas, creando nuevas cooperativas o uniéndose a una ya existente -como puede ser Sabor Granada-, están equitativamente fraccionadas pues, un 50% de las empresas participantes se decantan por la no asociación a estas, puesto que, según lo descrito comentaban no tener confianza actualmente en el asociacionismo, por algunos intentos realizados en la zona anteriormente que finalmente fracasaron, o porque creen más en las sociedades limitadas que en las cooperativas. A su vez, el otro 50% de las empresas participantes, dicen estar de acuerdo con la posibilidad de unirse a una cooperativa existente o participar en la creación de esta.

También se ha encontrado una falta de empresas transformadoras, pues, en general mayoritariamente son empresas del sector agroalimentario que venden, independientemente del canal, los productos sin transformar tanto porque no se les permite transformar estos -porque necesitan permisos y licencias para el desarrollo de la actividad y dado que hay un nivel alto de desmotivación empresarial prefieren obviar estos aspectos -, por lo que no lo consideran necesario y suficiente para el futuro de sus empresas.

A su vez, un problema para la Mancomunidad observado en el comportamiento de la población es que se prefiere el producto a más bajo coste, sin influencia del lugar de procedencia del producto, por lo que, los bajos precios provenientes de mercados exteriores provocan que el producto local, por sus costes de producción, no se comercialice tanto.

1.4. ESTUDIO DE CASOS SIMILARES Y BUENAS PRÁCTICAS.

En el Valle de Lecrín existe el estudio de un caso similar a este, puesto que conoce sobre la situación actual en cuanto a los productos transformados -concretamente de cítricos, de entre ellos limones y/o naranjas-, provenientes del mismo territorio, es decir, de la Mancomunidad del Valle de Lecrín.



Naranjos ecológicos del Valle de Lecrín

Para ello se está realizando un análisis en cuanto a la posibilidad de creación de nuevos productos transformados, con base a los ya producidos allí, y que actualmente se comercializan y distribuyen, puesto que existe una producción muy justa de materia prima

y los productos transformados vendidos actualmente allí se encuentra también reducida, existiendo poca diversidad.

Algunos de los productos transformados ya existentes pueden ser la mermelada o el vino de naranja.



Mermelada elaborada con naranjas ecológicas de la Finca Agua de Molino en el Valle de Lecrín, situado al pie de la zona occidental de Sierra Nevada, en Granada.

La búsqueda de estos novedosos productos transformados busca dotar de mayor valor añadido los productos de esta mancomunidad, también con el fin de lograr buscar jóvenes empleados y que pretendan emprender en la zona, aumentando así la población de esta, así como la creación de nuevos empleos en el territorio.

Algunas de las empresas que actualmente se dedican a ello actualmente en la zona serían estas:



Agrupa-El Valle de Lecrín, SCA

Agrupa - El Valle de Lecrín, S.C.A.



Naranjas del Valle de Lecrín



NARANJAS Y LIMONES

El Valle de Lecrín

Naranjas y Limones, El Valle de Lecrín

Pero en la búsqueda de una nueva fuente de ingresos que envuelva la transformación de estos productos, se encontró que existe actualmente un programa estructural, el cual influye en el proyecto a causa de que, aunque la falta de empresas no es un problema, puesto que existen las suficientes y son numerosas, la cuestión se encuentra en la producción de estas.

Actualmente, existe una numerosa producción que aporta suficientes naranjas a todas las empresas que se encuentren en el sector cítrico, pero no existe una producción suficiente para que la industria aumente de tamaño, o, que en su caso, se realice una cooperación entre ellas, así como para crear una nueva cooperativa, consecuencia de la sequía actual.

A su vez, se han encontrado con un problema, dado que, conforme transcurra el paso del tiempo, esto afectará a la sostenibilidad de las empresas, puesto que no hay un crecimiento en la cantidad de sociedades del territorio.

El cambio climático ya es un problema actual en la nación española, asimismo esto afecta a los pequeños municipios, y más a los que se dedican a la agricultura, y, puesto que este fruto necesita de grandes cantidades de agua, el manejo de este agua para aumentar la producción de las naranjas o limones, podría en peligro la situación de los habitantes del territorio, puesto que ellos no tendrían agua suficiente para su día a día.

Dado que requiere unas dotaciones importantes de riego estos cultivos, es muy importante realizar un uso eficiente del agua en el riego. Pues, de su optimización, se puede incrementar la superficie productiva aun teniendo presente el cambio climático.

2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA Y PRIMERA EVALUACIÓN DE SOLUCIONES.

Conforme a los resultados obtenidos en los análisis y diagnósticos realizados y descritos en el punto anterior, encontramos la existencia de ciertos problemas en la situación de los productos transformados de la Mancomunidad Costa Tropical de la Contraviesa.

La población de la Mancomunidad está disminuyendo, debido tanto al envejecimiento de la población como a la emigración de esta a ciudades más grandes o a otros países a causa de la falta de empleos en la zona, así como la falta de comercios en los pequeños municipios o el mínimo transporte existente en estos, complicando la situación de los habitantes de estos que deseen desplazarse tanto para salir de este como para volver, y la falta de población infantil motiva a los padres a la búsqueda de otras poblaciones donde estos tengan más facilidades para su desarrollo educativo.

El tejido empresarial existente en la Mancomunidad es escaso, por lo que la cantidad de participantes en asociaciones futuras tiene una mínima expectativa funcional.

Además de ello, de entre todas las sociedades existentes en la zona, existe muy poca variabilidad en cuanto a transformadoras se refiere, pues la mayoría de estas venden la materia prima tras su recolección y prefieren no transformar los productos.

Uno de los motivos de esta falta de transformación es que para la misma, se han de realizar trámites administrativos y modificaciones técnicas en sus empresas que resultan dificultosos y tediosos.

Por estas circunstancias, las entidades productoras actualmente funcionan correctamente sin los productos transformados y sigue ascendiendo su clientela, no deseando aumentar sus productos.

En cuanto a las cooperativas o asociaciones, la probabilidad de asociación con una cooperativa ya existente o una nueva es del 33%, encontrándonos con empresas que dicen encontrarse en la posibilidad de asociarse, contra el otro 67% que comenta no pensar que las cooperativas tengan un correcto funcionamiento y que preferirían no participar en ello.

En cuanto al marketing mix dispuesto en los productos transformados procedentes de la zona de la Contraviesa, está bastante obsoleto, pues no se han incorporado en plenitud a la era de las tecnologías y de la información, creando un retroceso en el tejido empresarial de la Mancomunidad.

Es por ello que, como conclusión en cuanto a los problemas detectados, encontramos que esta actividad agroalimentaria actualmente se encuentra en un proceso regresivo, puesto que existen problemas de base e internos, siendo estos tanto la falta de cooperación de las empresas de la Mancomunidad, la disminución de la población o el marketing mix de la zona, como algunos problemas externos siendo este, en cuanto al caso de la almendra, que al obtenerse a más bajos precios procedentes de mercados exteriores, existe una ruptura en la economía circular de la zona.

En la búsqueda de las primeras evaluaciones de soluciones encontramos que, para que la población de los municipios de la Mancomunidad aumentase se necesita la creación de nuevos empleos, con la que, si este proyecto se llevase a cabo, se lograría.

Para que ello funcione deberíamos de crear asociaciones no solo con empresas de la zona sino con empresas de la provincia, pero de otras zonas como podría ser la Costa Tropical, Valle de Lecrín... y de esta forma ir aumentando la elección de productos a transformar.

También debería de mejorarse el marketing mix de las empresas de la Mancomunidad en cuanto a los productos transformados, e incluir en este el fomento de las redes sociales como podría ser Instagram, Tiktok o Twitter, además de la puesta en valor de la alta calidad de los productos, mencionando su procedencia y distribuyéndolos como procedentes de la zona, puesto que la población actualmente compra los productos extranjeros a causa de su disminuido precio. Otro ámbito del marketing mix que debería de aprovecharse es la introducción de los productos transformados ya creados a mercados de consumo vegetariano o para consumidores ecológicos, puesto que, la cantidad de población vegetariana y vegana ha aumentado y el valor nutricional de los productos transformados, sobre todo de almendra e higo, puede ser enriquecedor para estos.

El aumento de las líneas de distribución y comercialización también sería importante, por lo que un aumento de la zona de venta de estos productos transformados podría ser útil incluso si esto ocurriese fuera de la provincia granadina.

La creación de nuevas cooperativas o unión a entidades ya creadas -como puede ser Sabor Granada-, asociaciones o clúster con empresas sería necesaria por lo que una búsqueda más exhaustiva sobre las posibles sociedades que desearan unirse a ello también sería necesaria.

3. PROYECTO DE APLICACIÓN DE AGENDA URBANA.

3.1. DENOMINACIÓN.

Proyecto “ALMEGO”: como objetivo principal tiene la búsqueda de los productos agrícolas territoriales transformados de la Mancomunidad de la Costa Tropical Contraviesa, entre ellos de la almendra y el higo, con el fin de dotarlos de un mayor valor añadido, así como una nueva manera de comercialización y distribución de estos a través de las Sociedades Agrarias de Transformación del mismo territorio.

3.2. OBJETIVOS.

Los objetivos de este proyecto comprenden el estudio del sector agroalimentario, en concreto de los productos transformados pertenecientes a la Mancomunidad de la Costa Tropical de la Contraviesa, entre ellos la almendra y el higo, con el fin del desarrollo de los diferentes municipios pertenecientes a esta -siendo Torvizcón, Almegíjar, Cástaras, Lobras, Cádiar, Ugíjar, Murtas, Turón, Albondón, Albuñol, Sorvilán, Polopos, Rubite y el antiguo municipio de Alcázar, actualmente integrado en el municipio de Órgiva-, atendiendo principalmente al posicionamiento de estos productos en el mercado, la oferta dispuesta en él, así como sus canales principales de distribución y principales vías de comunicación.

Para el estudio del sector agroalimentario y de sus productos, también existe el objetivo de estudio de los diferentes productos elaborados por las empresas comarcales, atendiendo al número de empresas existentes y su deseo por crear nuevas cooperativas o unirse a alguna entidad existente -como podría ser Sabor Granada-.

Otro de los objetivos pretendidos en este proyecto es el establecimiento de una economía circular dentro de la comarca y de la provincia de Granada, la cuál se ha fragmentado a causa de las subidas de precio de las materias primas y de los productos provenientes de mercados exteriores -competidores-.

Asimismo, uno de los objetivos predispuestos para el proyecto es que la comercialización y distribución de los productos transformados creados en la zona comarcal de la Mancomunidad Contraviesa se encuentren dentro de un marco de sostenibilidad.

Para ello, se pretende disminuir la contaminación, así como la huella del CO₂, reduciendo los canales de comercialización, utilizando los productos desde la propia comarca -utilizar entre ellos las almendras de la Contraviesa, así como los higos- con el fin de disminuir el gasto de transporte así como añadir valor a los productos comarcales.

Entre otros objetivos, también se procederá al estudio un nuevo marketing mix, con el fin de investigar las acciones que se deberían de desarrollar actualmente en torno a los productos transformados que se habrán estudiado previamente, conforme al precio, promoción, producto y distribución del mismo.

3.3. PLANTEAMIENTO GENERAL.

Este proyecto desarrollado en cuanto a la Agenda Urbana, tiene como planteamiento general el establecimiento y desarrollo de una economía circular en la Mancomunidad de la Contraviesa, puesto que, por proximidad, se encuentra con unas buenas comunicaciones comerciales con las empresas constituidas en la Alpujarra. Es por ello que el planteamiento general del proyecto se ha desarrollado así.

Para comenzar este, se creará un listado de productos transformados, los cuales tengan o vayan a tener una buena posición en la comercialización del territorio, basándonos en los frutos sin transformar, principalmente de la almendra y del higo, pero sin cerrarnos a la propuesta de otras nuevas producciones que se encuentren en la zona y que sean valiosas tanto por aspectos históricos, culturales gastronómicos, así como económicos, que por tanto vayan a tener una buena proyección en el sector.

Tras la recopilación de los posibles productos transformados se procederá a la generación o diseño de una estrategia comarcal comercial, donde se iniciará con la búsqueda y comunicación con las posibles distribuidoras y comercializadores de la zona

que estén interesadas para aumentar el valor añadido de estos productos mediante la promoción de agrupaciones de productores, creando un clúster, así como una asociación o la unión de sociedades individuales a cooperativas ya creadas y que deseen incorporarse a estas. Esto se realizará mediante encuestas dirigidas a las sociedades de la zona, cuyas respuestas representarán la situación actual de la zona, y dará lugar al correcto análisis del territorio.

Finalizado el paso anterior, se procederá a la indagación sobre el desarrollo de los canales de oferta, distribución y comercialización del sector agrícola de los productos transformados actuales en la Mancomunidad de la Contraviesa - tanto de los canales cortos como los largos-, con el fin de proponer nuevas vías para distribuir y comercializar estos.

También se inquirirá en el marketing mix utilizado actualmente, si es que existe en estas empresas de la comarca, así como la investigación porcentual de la cantidad de estas que actualmente trabajan con el comercio electrónico, o que estén dispuestos a comenzar con él. El fin de esto será observar si el tejido empresarial de la zona ha actualizado su distribución y comercialización a las tecnologías e informática actual, o si será necesario llevar a cabo una actualización de ello.

3.4. ACTORES Y SUS ROLES EN EL PROYECTO.

3.4.1 ACTORES EN EL PROYECTO

En el Proyecto Puentes de la Agenda Urbana, lo que se propone es la existencia de una colaboración institucional entre la Diputación de Granada y sus estudiantes en prácticas, con el fin de promover, liderar y financiar ciertos programas para que, se ayude a la mejora de los municipios, así como a su evolución y repoblación.

Los principales actores para que se desarrolle correctamente este proyecto se encuentran en los jóvenes, la mujer rural, la población de los municipios de la Mancomunidad Costa Tropical de la Contraviesa, las empresas locales, así como los políticos y funcionarios comarcales, los cuales ayudarán al desarrollo del territorio, la Universidad de Granada, el Consejo Social de la Universidad de Granada y la Diputación de Granada.

La Universidad de Granada, estos se encuentran de entre los actores principales porque gracias a que los estudiantes se encuentran en la situación de desear unas prácticas extracurriculares, esta ayuda con la preselección y aportación de los candidatos.

Otro de los actores principales se encuentra en el Consejo Social de la Universidad de Granada, el cual ayuda conforme a la identificación y selección de los Mentores, elegidos conforme a los proyectos de los estudiantes.

La Diputación de Granada, como administración pública también tiene su importancia, debido a su proposición, en conjunto con la Mancomunidad elegida, en este caso la Mancomunidad Costa Tropical de la Contraviesa, y que permite que sea posible este proyecto, apoyando, comunicando y promocionando tanto al proyecto como a los estudiantes que lo realizan.

Las empresas comarcales, puesto que son las que deben de tener la voluntad de realizar el proyecto, así como de asociarse a otras con el fin de renovar la idea de almendra y de higo que ha ido caído en declive durante los últimos años.

Otro de los principales actores serían tanto los ayuntamientos como las mancomunidades, los cuales reciben y acogen a los becarios además de aportar las instalaciones y brindarles valiosa información, la cual es necesaria para el desarrollo de sus proyectos.

Los principales actores para que se desarrolle correctamente este proyecto se encuentran en los jóvenes, la mujer rural, la población de los municipios de la Mancomunidad Costa Tropical de la Contraviesa, así como los políticos y funcionarios comarcales, los cuales ayudarán al desarrollo del territorio.

Para conocer la situación actual del territorio, se realizó una encuesta dirigida a alcaldes y/o funcionarios pertenecientes a los ayuntamientos que conformasen parte de la Contraviesa -siendo estos: Torvizcón, Almegíjar, Cástaras, Lobras, Cádiar, Ugíjar, Murtas, Turón, Albondón, Adra, Albuñol, Sorvilán, Polopos, Rubite y el antiguo municipio de Alcázar, actualmente integrado en el municipio de Órgiva-, con el fin de que dieran su punto de vista en cuanto a los productos transformados, su visión actual y de futuro, así como de las empresas de la zona.

Las preguntas de dicha encuesta se encuentran en el Anexo IV, y las respuestas han sido anónimas, llegando a unas conclusiones.

El pensamiento general acerca de este proyecto Puentes de la Diputación de Granada, concretamente de Transformación de Productos Agrícolas - Almendra e Higo- es bastante positivo, debido a su importancia, ya que puede crear una buena repercusión en la población de la zona de la Mancomunidad de la Contraviesa en general, ayudando a los municipios más pequeños a generar riqueza así como ayudar a la generación de empleo tanto para los adultos como para las personas más jóvenes que busquen encontrar y armar su futuro en la zona, lo cual actualmente es más complicado debido a la disminución de la población y a la baja tasa de empleo existente.



Reunión en Albuñol con los alcaldes de Albuñol, Sorvilán y Albondón.

Es por ello que las expectativas generales del proyecto son positivas a su vez, esperando un buen desarrollo de la zona, con el fin de lograr generar empleo, como se ha dicho anteriormente, así como dar un apoyo a la Mancomunidad de la Contraviesa para que esta logre un avance mayor, debido a que a lo largo de los anteriores años ha sufrido un retroceso cada vez mayor, por causas descritas en otros puntos.

Para lograr las expectativas deseadas se han propuesto varias cuestiones, con el objeto de conocer los pensamientos por parte de los trabajadores de los ayuntamientos en cuanto a la creación de un certificado de calidad (DOP, IGP, ETG) para los productos de la zona, entre ellos las almendras, higos, el cual permitiría una reactivación de la economía de la zona, logrando una recepción positiva por parte de los pueblos de la zona de la Contraviesa. Es por ello que estaban de acuerdo con la creación de este.

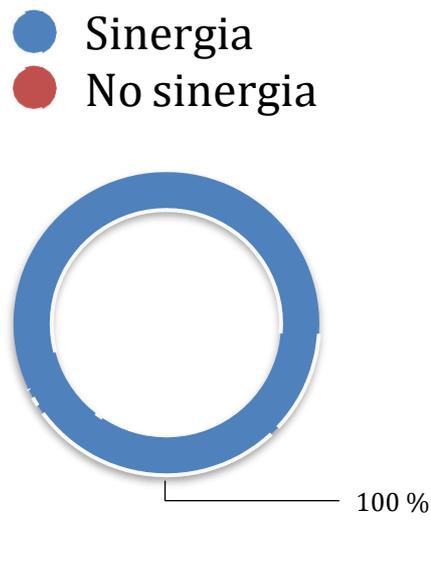
También se ha propuesto la creación de una ruta turística en torno a la almendra, al higo y, en su caso, de alguna otra fruta y verdura en caso de que fuese necesario, popular de la zona como el algarrobo y/o la vid, así como podría ser la creación de un museo para la cata de estos diferentes productos tanto con su forma previa a la transformación como posteriormente a esta transformación.

A su vez se ha propuesto una posible visita guiada por las fábricas en las que los productos sean transformados, una degustación de los productos en estas o de los platos que sean elaborados mediante almendras, higos u otros productos como el algarrobo, así como la posibilidad de creación de nuevas experiencias basándonos en estos. Las respuestas a las anteriores proposiciones han sido positivas, animando a la creación de estos por parte de los que han respondido.

También se ha propuesto en cuanto a los acuerdos de realización de un conglomerado de empresas o clusters, con el fin de competir con empresas que son más grandes y que se encuentran en otras provincias, teniendo también una recepción positiva y se ha encontrado ganas de la realización de este, como se puede observar en la gráfica siguiente.

A su vez también se ha pedido la opinión en cuanto a la creación de una sinergia entre los productores y los comerciantes locales de la zona de la Contraviesa, como podrían ser los restaurantes, es decir, pequeños comercios que logren en conjunto una buena y realista promoción de las almendras, higos y, en su caso, algarrobo de la zona de la Contraviesa, encontrando una recepción también positiva por parte de los trabajadores de los ayuntamientos de la zona de la Contraviesa.

También se ha tenido en cuenta la proyección de estos productos fuera de la zona de la Contraviesa, considerando popularmente que podrían tener futuro incluso fuera de la Comunidad Autónoma de Andalucía debido a su calidad y popularidad.



También ha sido abordado el tema de la sequía, debido a la importancia de este, y siendo un hecho que no solo afecta a la zona de la Contraviesa.

Se preguntó por las medidas que se estaban tomando para que los cultivos sobrevivan más tiempo a estas, encontrándonos con que no se están tomando medidas para ello, a pesar de ser una gran amenaza para la agricultura en general, pero comúnmente opinan que deberían de tomarse medidas para ello lo más rápidamente posible.

En cuanto a las opiniones personales del proyecto, expresan la importancia de este para dar un empuje en el sector de la Almendra, Higo, Vid y Algarroba, puesto que se ha encontrado algo estancada estos últimos años.

Las empresas a su vez también son actores importantes en este proyecto.

La situación actual en cuanto a la participación por parte estas empresas son algo escasa, a causa tanto del bajo tejido empresarial existente en la zona, pues, no hay demasiadas, y las pocas existentes le hacen ver un futuro negativo.

En general, manifiestan un futuro negativo debido a que la crisis económica ha provocado que exista una gran competencia entre ellas por lo que la información encontrada generalmente ha sido limitada. y además ha bajado el consumo de estos productos.

Es por ello que, tras el encuentro con los alcaldes de algunos municipios pertenecientes a la Contraviesa, manifestaron su participación activa y tienen ciertas expectativas en el proyecto y en los resultados, pero, a su vez, es conocida que la situación en torno a los productos almendra e higo está en cierto declive, por causas internas como puede ser la dificultad de recolección como por causas externas como es la competencia con los mercados exteriores y que dificulta la situación.

Otros de los principales actores del proyecto tratan a los jóvenes habitantes de la Mancomunidad, los cuales se encargarán del futuro de los municipios, a causa de que serán tanto los futuros habitantes como las personas que deben de emprender en la zona. Actualmente la mayoría de los jóvenes están yendo a grandes ciudades u otros países para emprender, así que la situación de falta de población joven también es un problema para la comarca.

El papel de la mujer rural también es importante e influyente como actor en este proyecto a causa de que, si en los municipios -aunque también ocurre en las ciudades- hubiera o hubiese falta de ella, no se lograría que se desarrolle una futura y nueva población, encontrándonos de nuevo con una falta de jóvenes emprendedores que no lograrán llevar a cabo una evolución de los pequeños y medianos municipios.

Además de esto, la mujer rural como actora en el proyecto también funciona como elemento de fijación de la familia en el territorio, debido a que, donde esté la mujer se encontrará el asentamiento de la familia creada o por crear, revalorizando así el territorio en el que se encuentran.

Gracias a todos estos actores principales, sería posible desarrollar y evolucionar un futuro en los múltiples municipios de la Mancomunidad Costa Tropical de la Contraviesa, atrayendo nueva población a estos, así como creando nuevos empleos para los habitantes jóvenes -o animando a estos a que realicen emprendimientos desde sus ideas propias y de manera autónoma-, logrando así que estos municipios que a priori se comprenden como desfasados, se entiendan como una nueva oportunidad para vivir.

3.4.2 ROLES DE LOS ACTORES EN EL PROYECTO

Los roles principales de los actores del proyecto se encuentran divididos generalmente en administradores, investigadores y divulgadores.

Los administradores tienen el rol de administrar y organizar la razón principal del proyecto, siendo esto la asignación de recursos para este, así como la dirección del proyecto en sí a lo largo de los meses que se desarrolle, atendiendo a la lógica de este así como al diseño de sus actuaciones.

El rol de investigador se le atribuye al estudiante generalmente pues, es el que tiene la función relacionada con la investigación y capacitarse para que el proyecto se ponga en marcha, aprendiendo todas las funciones, marketing, ciencias agroalimentarias, nuevos productos posibles y análisis de la situación del proyecto de productos transformados.

El último rol es el de divulgador, puesto que se debe de dar a conocer el proyecto en el que se está trabajando, incluyendo las fases que este tiene, las nuevas posibilidades de marketing mix, la oportunidad de crear un comercio electrónico, así como la participación de los actores en el proyecto.

3.5. RECURSOS NECESARIOS Y POSIBLES.

RECURSOS EXISTENTES	RECURSOS NECESARIOS (NO EXISTENTES)
<p>Infraestructuras disponibles de la zona de la Contraviesa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fincas con el fin de agricultura - Fábrica o artesano transformador - Infraestructura para venta del producto 	Equipo de coordinación
Ayuntamientos de la Mancomunidad Costa Tropical de la Contraviesa	Empresas asociadas
Empresas de la zona de la Contraviesa	Profesionales técnicos en proyectos de transformación.
Asociaciones locales o municipales con experiencia en los productos -almendra e higo- y su posterior transformación	Cadena logística
Personas concienciadas en el movimiento ecosocial	Financiación de fondos europeos
Personas autónomas con conocimientos de transformación agroalimentaria en el territorio	
Jóvenes recién titulados con posibilidad de movilidad al territorio	
Agricultores de la zona con experiencia en los productos almendra e higo	
Asociaciones de igualdad de género de la zona de la Contraviesa	

Para el desarrollo del proyecto son necesarios unos recursos, los cuales se han seccionado en los recursos existentes actualmente y los que serían necesarios pero que aún se han obtenido.

Los recursos necesarios y aún no obtenidos son el equipo de coordinación, en el cual se encontrarán los empleados que coordinarán el desarrollo del proyecto y que serán contratados por parte de la Diputación de Granada. Estos también se encargarán de la contratación de profesionales técnicos que ya tengan experiencia en el ámbito de la transformación de productos, y que ayudarán a desenvolver el proyecto guiando de la mejor manera posible.

También serán necesarias las empresas asociadas, siendo inicialmente externas al proyecto, pero que finalmente participarán asociándose a una entidad como puede ser Sabor Granada.

Otro de los recursos necesarios a obtener será la cadena logística, la cual será utilizada con el fin de expedir y transportar los productos al punto de venta y donde será comprado por los consumidores.

El último recurso necesario a alcanzar será la financiación, la cual se obtendrá mediante unos fondos europeos y que se obtendrá con el fin de ayudar a la Agenda Urbana de la provincia.

En cuanto a los recursos actualmente existentes, es decir, de los que disponemos y que únicamente habría que localizar, se situaría en unas posibles infraestructuras ubicadas en la zona de la Contraviesa. Se encontrarían entre estas las fincas con el fin de la agricultura de los productos, obteniéndolos previamente para su posterior transformación, lo que lleva a la segunda infraestructura, siendo esta la fábrica donde setransformarán estos productos o el lugar donde artesanalmente se realice. A su vez, será necesaria una infraestructura donde se venderán estos productos transformados -aunque también se procederá a su venta de manera electrónica-, con el fin de que los consumidores también tengan un posible punto de compra.

El apoyo por parte de los ayuntamientos de los municipios de la Mancomunidad de la Contraviesa, también es necesario.

Por otra parte, también será necesaria la ayuda las entidades municipales para el estímulo de asociaciones de igualdad de género, las cuales estarán inmersas en este proyecto.

Algunas asociaciones locales o municipales con experiencia en la transformación de productos, principalmente de almendra y de higo, a las cuales pertenecerán agricultores con experiencia en estas materias primas y que podrán dar un punto de vista actualizado de la situación de los productos en cuanto a la manera de realizar estas transformaciones.

Para el desarrollo físico del proyecto también deberemos de comunicarnos con empresas de la zona de la Contraviesa, así como con personas autónomas con conocimientos de transformación agroalimentaria en el territorio, los cuales ayudarán a los jóvenes recién titulados los cuales se encontraran en una posición desarrollada de concienciación en el movimiento ecosocial que se trasladarán al territorio y que darán posibilidad a que lentamente desaparezca esta despoblación, dando un punto de vista actualizado tanto al producto en general como al marketing de este.

3.6. FASES PARA SU IMPLEMENTACIÓN.

Las fases seguidas para la implementación de este proyecto por parte de la estudiante, se constituye en lo siguiente.

La primera fase consiste en búsqueda, análisis e investigación de los datos necesarios para la realización del proyecto de Transformación de Productos.

Estos datos incluyen la demografía de la población en la zona de la Contraviesa, las empresas pertenecientes a la Mancomunidad que se dedican tanto al cultivo como a la transformación de estos productos, productos transformados ya creados de las materias primas almendra e higo así como nuevos productos transformados, incluso nuevas materias primas del territorio para su posterior transformación.

Esta investigación se llevará a cabo a partir de instituciones como el INE, OTEA, archivos de los municipios de la Contraviesa o páginas web. Además, contaremos con la información proporcionada a su vez por la Agenda Urbana para el desarrollo del proyecto.

La segunda fase del proyecto será el estudio de los factores externos al trabajo que realizar la alumna, es decir, un estudio del panorama laboral y empresarial de la zona con el fin de observar la competencia existente actual en el sector agroalimentario, así como las empresas de la zona dedicadas a proveer, sus canales de distribución, las posibilidades de creación de cooperativas y el punto de vista del cliente.

La tercera fase se encuentra relacionada con el marketing y la planificación de una estrategia que logre posicionar los productos transformados en el sector, mostrando un listado de ellos, así como de qué manera sería posible ofrecerlos. Para ello, también se creará un análisis de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades -DAFO- sobre el sector de la almendra y el higo así como de las empresas dedicadas a ello en la Contraviesa.

La cuarta fase será la relacionada con el estudio de la normativa vigente para la transformación de productos, así como las necesidades de inscribirse en el Registro Sanitario.

La quinta fase es la dedicada al análisis económico financiero del proyecto, con el fin de estudiar y/o calcular la posibilidad de financiación o inversión de este proyecto, así como el cálculo de criterios como VAN y TIR, si es que fuesen necesarios.

La sexta y última fase será el diseño, creación y desarrollo del plan de viabilidad, así como las conclusiones finales alcanzadas. Con este se elaborará el proyecto provisional entregado y que posteriormente será corregido para su correcta presentación.

3.7. HOJA DE RUTA MUNICIPAL PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO.

El proyecto de Transformación de Productos SAT, de entre esos productos almendra e higo, de la Mancomunidad de la Costa Tropical de la Contraviesa, con sede en Albondón, ha tenido como espacio de trabajo para la estudiante de prácticas extracurriculares, junto a dos estudiantes más, en una oficina cedida por el Ayuntamiento de Sorvilán, en el municipio de Los Yesos.



Ayuntamiento de Sorvilán



Costa de Sorvilán (Los yesos)

Para dar comienzo al proyecto, se realizó una recopilación de información de partida de los productos almendra e higo, es decir, de sus valores nutricionales -dispuesta esta información a lo largo de los Anexos VIII sobre la información del higo y el Anexo X sobre la información de la almendra- , usos más comunes tanto tradicionalmente hablando como en la actualidad, así como un recopilatorio de las recetas y productos transformados existentes en la actualidad, generalmente más conocidos en la zona territorial de la Mancomunidad, y que se encuentra desarrollado en los Anexos IX sobre los productos transformados desde la materia prima del higo, y el Anexo XI, sobre los productos transformados con la materia prima de la almendra.



Almendra



Almendra lista para su recolección



Almendras tras su transformación (almendra frita)



Higueras



Higos previamente a su recolección



Higos tras su transformación (higo seco)

Gracias a este, se pudo analizar los productos locales con más éxito en la zona, además de los que se encontraban con mayor valor histórico y nutricional, tanto para humanos como para fines ganaderos.

Tras ello se prosiguió con la investigación de las empresas de la zona de la Contraviesa -y algunas de alrededores-, que se dedicasen tanto a la venta de la materia prima almendra e higo, como de productos transformados de estos, encontrándonos con las siguientes:

RAZÓN SOCIAL	LOCALIZACIÓN	TELÉFONO	CORREO ELECTRÓNICO
JIMAR FRUTAS Y VERDURAS S.L.	CÁDIAR	696 01 82 95	jimarfruits@gmail.com
GRANADA FRUITS	MOTRIL	SI	info@granadafruits.es
INDUSTRIA HIGUERA ALPUJAREÑA S.L.	MOTRIL	958 82 51 24	infohigos@higosseco.com
LAS TORCAS S.C.A.	LOS TABLONES	958 78 53 44	NO
EL MIRTO, PRODUCTOS ARTESANOS DE HIGO S.L.	MURTAS	607520188	herenciaalpujarrena@gmail.com
LA UNIÓN ANDALUCÍA SAT - ALMENDRAS LÓPEZ	ALBUÑOL	958638116	facturación@almendraslopez.com
MARTÍN GARCIOLO	VÉLEZ DE BENAUDALLA	654 26 85 54	info@naturageodeva.com
ROMERA TORVIZCÓN S.L.	TORVIZCÓN	630225682	romeratorvizcon@andaluciajunta.es
AL-ANDALUSS DELICATESSEN S.C.A.	LANJARÓN	958 77 21 11	info@alandalusca.com

Como se puede observar, la cantidad de empresas pertenecientes a la zona de la Contraviesa es bastante limitada, por lo que se amplió la búsqueda a otras zonas perimetrales, con el fin de aumentar las posibilidades de colaboración.

Tras la búsqueda de estas, se procedió al contacto con estas, realizándose mediante llamada telefónica preguntando sobre la participación en una encuesta que se desarrollaría únicamente con fines informativos para averiguar la situación actual de los productos transformados en la zona, cuyas preguntas se encuentran dispuestas en el Anexo VI.

A su vez también realizamos a estas unas encuestas sobre el emprendimiento y empoderamiento femenino con el objetivo de realizar un diagnóstico sobre la situación actual y que se encuentra desarrollada en el punto 3.9 de este mismo proyecto.

En cuanto al resultado de las encuestas realizadas a las empresas de la zona, el porcentaje de participación de estas fue de un 33% frente al 67% que o expresó firmemente no querer participar en la encuesta o que, pese a inicialmente afirmar su voluntad de participación de manera online, no enviaron respuestas ni volvieron a contestar las llamadas realizadas a estas. La información sobre la cantidad de llamadas realizadas a estas, así como de su colaboración, se encuentra descrita en el punto 1.2 del proyecto sobre el rescate y tratamiento de información de partida.

Por tanto, como resultado, tras la difícil comunicación con las empresas de la zona, del 33% restante participante, se obtuvieron los resultados descritos anteriormente, pero que sucintamente se encuentran a continuación en el siguiente listado:

- El 67% de las empresas participantes de la zona sus canales de distribución son largos.
- El 67% de las empresas participantes opina que sus productos frescos funcionan correctamente y no necesitan transformación.
- La mayor preocupación de las empresas participantes actualmente es el aspecto climatológico, pues la actual sequía ha afectado duramente a su cultivo.
- El 67% de las empresas participantes sostiene no generar subproducto a la realización de sus actividades productivas.

- El 100% de las empresas transformadoras participantes decían utilizar aditivos en sus productos.
- El 33% de las empresas participantes se abastecen únicamente con sus propios productos.
- El 100% de los productos de las empresas participantes obtienen la materia prima -almendra e higo- de la zona de la Contraviesa.
- Las variedades cultivadas y transformadas por estas empresas son de almendra la Marcona y Comuna. En cuanto a las variedades de higo de estas son el Higo Pajarero y el Higo Cuello de Dama.
- El 50% de las empresas cultivadoras utilizan un sistema convencional, y el otro 50% utiliza tanto un sistema convencional como uno ecológico.
- El 67% de las empresas opinan que la almendra y el higo están en fase de declive, a causa de su competencia contra mercados externos y el precio de venta al consumidor, como por la dificultad demandada en su agricultura, así como por motivos climáticos.
- Es por ello, que a su vez, el 67% de las empresas consideran la sustitución de almendras e higos por otros cultivos.
- El 67% de la zona apoyaría que la zona de la Contraviesa tuviese una Denominación de Origen Protegida.
- El 100% de las empresas no tiene ningún certificado de calidad tanto para las almendras como para los higos.
- El 67% de las empresas opina que, para captar un mayor número de clientes, se podría mencionar la procedencia de estos productos, es decir, la zona de la Contraviesa.
- El 67% de las empresas no está dispuesto a asociarse en ninguna cooperativa.

Por tanto las conclusiones finales a las que se llegaron fueron que, además de encontrar el declive en estos productos, una de las principales razones por las que las empresas no querían dedicarse al cultivo de la almendra era por la dificultad en su agricultura y en su recolección, puesto que, debido al lugar donde este se desarrolla -en montañas donde el suelo no se encuentra uniforme-, no es posible la utilización de maquinaria específica que facilitaría el trabajo.

El resultado de esto se encuentra en la recolección a mano por agricultores, con altas temperaturas, y en ocasiones la necesidad de utilización de animales ganaderos -como los burros y mulos-, los cuales van desapareciendo poco a poco.

Otra de las razones encontradas en algunas de las empresas, se debe a que, para poder transformar sus materias primas en productos transformados, deben de inscribirse en el Registro Sanitario de Empresas Alimentarias y Alimentos, más generalmente conocido como Registro Sanitario de Alimentos, regulado en el Real Decreto 191/2011, de 18 de febrero, la cual tiene como finalidad la protección de la salud pública e intereses de los consumidores, y, por razones desconocidas, prefieren no estar inscritos en ello y no tener productos transformados.



Ayuntamiento de Albuñol (Mancomunidad de la Contraviesa)

Conociendo la situación actualizada de las empresas, también se realizó una encuesta a los trabajadores de ayuntamientos -generalmente alcaldes-, en una reunión convocada en el Ayuntamiento de Albuñol, junto con el asistente técnico, cuyas preguntas se encuentran en el Anexo IV, y cuyas respuestas encontramos recogidas y desarrolladas a lo largo del punto 3.4 del proyecto, pero que, de manera resumida y esquematizada tiene los siguientes resultados:

-Los participantes en la encuesta opinan que este proyecto puede ser beneficioso en la población del territorio a generar nuevos empleos y atraer a más población con el fin de terminar con la despoblación que está ocurriendo actualmente, por lo que las expectativas son positivas.

-Los participantes están de acuerdo con la creación de un certificado de calidad (DOP, IGP, ETP).

-Los participantes están de acuerdo con la proposición de una ruta turística en torno a la almendra o higo u otra fruta o verdura del territorio en caso de que fuese necesario, así como creación de museos o cualquier posibilidad que aumente el empleo en sus territorios.

-Los participantes ven una buena idea la creación de un conglomerado de empresas o clusters, tanto de grandes empresas como de productores y comerciantes locales.

-Los participantes consideran que la proyección de estos productos, debido a su popularidad, podría incluir las afueras de la zona de la Contraviesa, así como otras provincias e incluso fuera de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

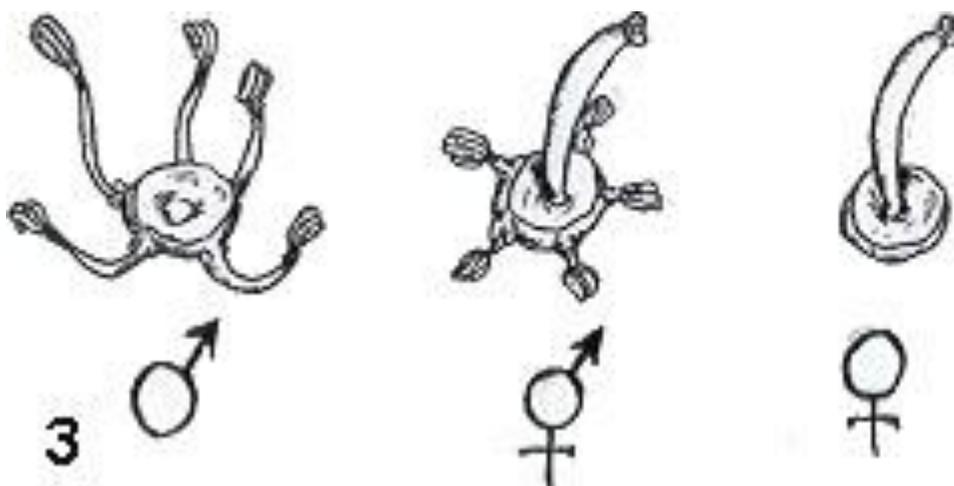
-La sequía actual es un problema que preocupa a los participantes, así como el escaso tejido empresarial y la poca participación existente por parte de este.

Conforme a los resultados encontrados se puede observar que la situación de la almendra y del higo está en declive desde hace varios años, no únicamente por la sequía y su difícil recogida del fruto, sino también por la venta a precios más bajos de los mercados externos, lo cual ha significado que los consumidores prefieran adquirir estos productos transformados a más bajo precio a pesar del origen de estos.

Debido a las derivadas conclusiones de las encuestas realizadas, se han diseñado algunas posibilidades en cuanto al marketing mix que podrían ser beneficiosas para estos, puesto que se observó una carencia en la utilización del e-commerce o mercado electrónico por parte de las empresas de la zona, así como una falta de utilización de las redes sociales y el marketing digital -los cuales se encuentran desarrollados en el punto 3.10 de este proyecto-.

A causa de la falta de cooperación vista por parte del tejido empresarial de la zona, el declive del fruto y las posibilidades, se comenzó el estudio de otros frutos de la zona, en el cual se ha observado una gran oportunidad de negocio, siendo este el algarrobo, cuya información total se encuentra desarrollada a lo largo del Anexo VII, pero que se describirá brevemente también a continuación.

El algarrobo es un fruto existente en grandes cantidades en la zona de la Contraviesa, debido a que las necesidades climatológicas de este se encuentran en sintonía con el clima de esta Mancomunidad, pero no se siembra generalmente, sino que se encuentra de manera silvestre en las zonas montañosas de la zona. Además de esto, es capaz de aguantar condiciones de largas sequías, las cuales estamos viviendo en la actualidad.



Existen tanto los algarrobos masculinos, como los femeninos y los hermafroditas, por lo que, según el género de este se reproducirá de una manera u otra:



Algarrobo femenino



Algarrobo masculino



Algarrobo hermafrodita

Es por ello que se ha investigado y analizado su información nutricional, siendo muy beneficioso tanto para los humanos como para cierto ganado muy popular tanto en la Contraviesa como en la zona alpujarreña, el cual sería caprino, aunque también funciona con otras especies.

Al conocer esta información se realizó un estudio de mercado de este, conociendo que, la cantidad de ganado caprino en la zona de Granada asciende a los 144.830, encontrados entre una de las provincias con mayor cantidad, junto a Málaga el cual posee 200.433; Jaén, el cual a pesar de no ser tan numeroso (tiene aproximadamente 51.294) es colindante con la provincia de Granada y podría suponer una ampliación para la comercialización de productos transformados del algarrobo, así como Almería, el cual se encuentra con un censo caprino de 144.618, como puede observarse en la tabla siguiente :

Por tanto, el año 2022 en noviembre el censo caprino era de 541.175.

EXISTENCIAS DE GANADO CAPRINO							
Análisis provincial del censo de animales por tipos, noviembre 2022 (número de animales)							
	Total	Chivos	Sementales	Hembras para vida			
				Que nunca han parido		Que ya han parido	
				No cubiertas	Cubiertas	Ordeño	No ordeño
Almería	144.618	27.597	4.376	6.759	13.517	82.287	10.082
Cádiz	118.951	32.086	3.180	9.205	10.042	61.242	3.196
Córdoba	59.804	15.302	1.790	4.698	4.271	28.229	5.514
Granada	144.830	30.209	4.754	6.592	12.085	63.286	27.904
Huelva	51.432	9.946	1.622	1.993	5.980	18.680	13.210
Jaén	51.294	10.288	1.952	4.686	6.639	17.269	10.460
Málaga	200.433	37.881	5.435	4.714	29.852	117.643	4.909
Sevilla	146.037	32.420	3.780	6.590	15.377	81.969	5.900
Andalucía	917.399	195.729	26.889	45.238	97.763	470.604	81.176

Censo del ganado caprino de Andalucía en noviembre de 2022

Así pues, una de las ideas planteadas para la transformación de este producto, ha sido la creación de un vivero de algarrobo, con el fin de seleccionar esta planta que actualmente es generalmente silvestre, para elegir las mejores y posteriormente transformar su fruto.

Para ello se dispondrá de una fábrica específica para ello, en pienso para el ganado caprino, aunque podrían utilizarlo también el ganado bovino, porcino, equino y ovino.

Esta idea se alcanza tras analizar el origen del pienso caprino que, actualmente proviene de Brasil y Ucrania.

Se ha producido un aumento de sus precios, a causa de los gastos de gestión, comercialización, distribución y transformación de la zona, logrando que la población de la zona se encuentre insatisfecha.

En el vivero se podrían cultivar las mejores especies de materia vegetal del algarrobo.

Por otro lado, los subproductos de la elaboración del pienso, podrán ser utilizadas para el ganado, con el fin de seguir creando un mercado circular.

Se ha comprobado que en la zona de Granada únicamente existen las siguientes empresas que se dedican al cuidado y tratado del producto algarrobo tan común del territorio:

PIENSOS Y CEREALES HÑOS. MORENO, S. L.	Calle Av. de América, 1, Santa Fe, Granada	958430751	18220	Alhama de Granada	Zafarraya
R-H, C. B.	Calle Pilar, 11, Vélez de Benaudalla	958950721	18670	Granada	Velez de Benaudalla
CEREALES MACOB, S. L.	Paraje Los Llanos, Villanueva Mesía, Granada	958444015	18369	Villanueva Mesía	Villanueva Mesía
CEREALES JUAN PEDRO PÉREZ CASTRO	Av. América, 40, BAJO, Villanueva Mesía,	958444085	18369	Villanueva Mesía	Villanueva Mesía

Es por ello que las posibilidades de comercio tendrían buenas posibilidades económica al existir poco tejido empresarial, es decir, poca competencia, además mucha necesidad por parte de los ganaderos de pienso que tienen que suplir, y la posibilidad de extender este mercado a provincias colindantes con Granada, con el mismo problema actual existente en este territorio.

En cuanto a la financiación del proyecto provendría de los fondos europeos generalmente.

3.8. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA SU DESARROLLO, O EN SU CASO ESTUDIO DE VIABILIDAD.

Para conocer y poder analizar la factibilidad para el desarrollo de este proyecto, se realizó un estudio sobre las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades que existían en este -creación de un DAFO-, en cuanto a la futura transformación de productos y los productos transformados ya existentes, el mercado higüero y almendro de la Mancomunidad de la Costa Tropical de la Contraviesa, así como del tejido empresarial de la zona, llegándose a unas conclusiones.

En cuanto a las **DEBILIDADES** encontradas en el proyecto, fueron las siguientes.

- Se encontró principalmente una falta de tejido empresarial, el cual sería necesario para la creación de nuevas cooperativas o unión a asociaciones ya existentes -como podría ser Sabor Granada-.
- Además de ello, en las empresas encontradas y conforme a las encuestas realizadas cuyas preguntas se encuentran en el Anexo VI- existe una poca predisposición puesto que, además de su poca participación y cooperación junto con la estudiante, también se encontró una falta de motivación general a la hora de crear un clúster o una nueva alianza entre otras empresas presente en la Mancomunidad.
- Otra de las debilidades encontradas en la comarca se centraba en la poca innovación de los productos, entendiendo esto desde el punto de vista de que generalmente se dedican a la venta de los productos sin transformar y lo realizan tras su recolección. Esta forma de comercio es la que han llevado a cabo durante años y pretenden no cambiarlo porque es una manera de negocio que les funciona.
- También existe una escasez en cuanto al desarrollo del marketing mix de los productos existentes, puesto que el actual es tanto escaso en lo que se refiere a variabilidad de productos, como tradicional, debido a que no utilizan las tecnologías en las que se llevan a cabo la mayoría de las campañas de marketing creadas en la “era de la tecnología”.

- La poca presencia en el mercado nacional es una debilidad encontrada a su vez, puesto que generalmente las compras de productos transformados de almendra y de higo, que generan más beneficios-, provienen de mercados exteriores, con unos precios más bajos, por lo que la población de la zona prefiere adquirir os productos a más bajo coste, en comparación con un coste algo más alto pero procedentes de la zona comarcaly apoyar los comercios locales.
- A su vez, otro de los problemas principales y que hemos incluido en las debilidades del proyecto es el incremento nacional ocurrido en el precio de las materias primas y que influido incrementando los costes de compra, venta y producción, produciendo a su vez que el precio de los productos aumentase equitativamente a causa de esto, y provocando que, como anteriormente se ha descrito, aumenten las ventas de los productos extranjeros de menor coste.

En cuanto a las **AMENAZAS** encontradas en el proyecto, encontramos las siguientes.

- Una de las amenazas principales consiste en el cambio de cultivo que está ocurriendo actualmente en cuanto al almendro. Las empresas y agricultores mencionan la poca viabilidad que el almendro produce a día de hoy, no solo por la competitividad con otros agricultores de la zona, sino también por la dificultad de cultivo de este, el cual, por la zona montañosa en la que se encuentra, se dificulta la mecanización en el momento de su recolección, así que esta debe de realizarse a mano por agricultores con ayuda de animales de granja -como pueden ser los mulos, y en unas condiciones bastante malas a causa de las temperaturas.
- En el caso del higo, también es influyente la climatología ocurrida a lo largo de los meses -la cual es variable e incontrolable-, por lo que no es posible la planificación correcta de la recolección.
- Además de ello, la industria contra la que se debe de competir para realizar las ventas de estos productos es altamente competitiva a nivel nacional, por lo que su dificultad aumenta, en cuanto a ventas, además de que se le suma a ello, la entrada de productos similares extranjeros, con un menor coste para el consumidor, provocando que las ventas principales de estos productos disminuyan, y el precio de estos deba incrementar para que no suponga el fin de estas sociedades.

- El incremento de la competencia en los mercados interiores y exteriores por terceros países también está influyendo y amenazando nuestro comercio agroalimentario exterior, pues los mercados de otros países están expandiendo sus clientes a nuevos países donde nosotros nos situábamos como principales importadores de producto, y que, están ganando fuerza financiera a causa de la diferencia de costo.

En cuanto a las **FORTALEZAS** encontradas en el proyecto, encontramos las siguientes.

- Principalmente existen unas buenas ventas de estos productos tanto transformados como sin transformar en los mercados extranjeros, concretamente un buen posicionamiento del mercado almendrero en el comercio exterior, pues en estos países valoran principalmente la calidad de agricultura, la manera en que esta fue creada y si se ha realizado de manera ecológica.
- A su vez, existe una lealtad de clientela, por parte de los comercios exteriores que hemos comentado anteriormente, así como de provincias y Comunidades Autónomas externas a Granada y a la Mancomunidad de la Contraviesa concretamente.

En cuanto a las **OPORTUNIDADES** encontradas en el proyecto, encontramos las siguientes.

- La creación de un clúster o alianza entre varias empresas de la Mancomunidad - o una de la Mancomunidad con una empresa fuera de la comarca, pero incluida en la provincia-, así como la unión de alguna o algunas de las empresas ya existentes a una cooperativa o asociación ya creada, siendo esta la denominada Sabor Granada, sería una gran oportunidad que podría verse reflejada en el aumento de los capitales de estas.
- La creación del e-commerce o comercio electrónico ha traído consigo muchas ventajas, pues este tiene como finalidad la utilización de los medios digitales o canales electrónicos como pueden ser las páginas web, las aplicaciones móviles o las redes sociales con el fin de, como actividad económica, desarrollar el comercio de compra y venta, tanto de productos como de servicios.

- Es por ello que, muchas de las empresas encontradas en la Mancomunidad de la Contraviesa están desfasadas en cuanto a medios digitales se refiere, no siendo propietarios de páginas web ni gestionando compraventas por este tipo de canales, e incluso no siendo capaces de encontrar los números de estos fácilmente por páginas de búsqueda rápida online como puede ser Google. La utilización de estos en la era digital en la que estamos actualmente es vital, necesitan las empresas una actualización a ello es por lo que, una gran oportunidad sería la inversión por parte de las sociedades del e-commerce para lograr encontrarse en línea y así expandir sus posibilidades de mercado, con el fin de aumentar sus beneficios económicos.
- Otras de las posibles oportunidades encontradas tratan el aumento de productos transformados en base a las materias provenientes de la Mancomunidad Costa Tropical de la Contraviesa, principalmente la almendra y el higo. Esta oportunidad ha dado lugar debido a que la mayoría de empresas de la zona dedican casi todo su mercado a venta de productos tras su recolección, y los productos transformados existentes en la zona son mínimos y escasos, es por ello que, una creación de nuevos productos por parte de estas podría ser una gran inversión para su enlace con nuevos clientes y atraer además una clientela de diferente edad, debido a que actualmente la mayoría de esta clientela es gente adulta.

<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de tejido empresarial • Poca predisposición empresarial • Poca innovación de los productos • Escaso desarrollo del marketing de los productos es escaso y tradicional • Poca presencia en mercado nacional • Incremento de los costes de producción 	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buenas ventas en mercados extranjeros. • Buen posicionamiento en el mercado almendrero. • Lealtad de clientela.
<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • El cambio de cultivo en cuanto al almendro. • Industria competitiva. • Entrada de productos similares extranjeros. • Incremento de la competencia en los mercados interiores y exteriores por terceros países. 	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Podrían crearse clúster o alianzas entre varias empresas. • Aprovechar el comercio electrónico e invertir en él. • Podrían crearse más productos transformados.

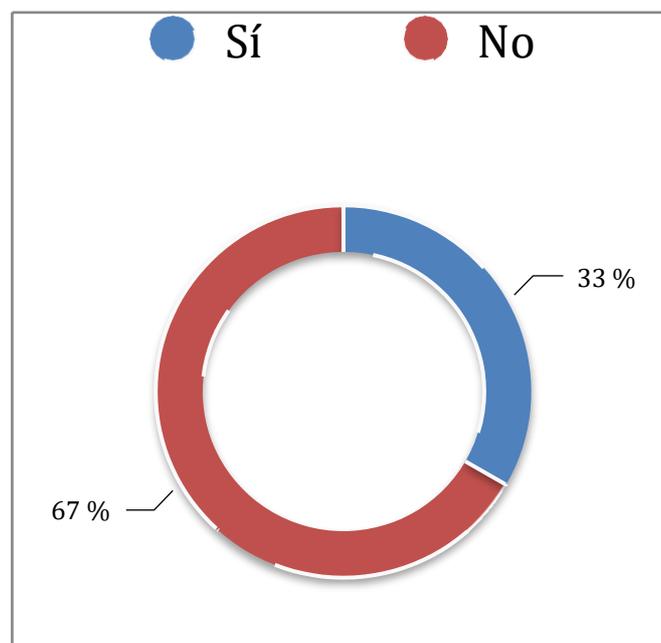
Gracias a este análisis creado con el fin de crear un estudio de viabilidad si fuesenecesario, se han llegado a las siguientes conclusiones.

Además de las debilidades y amenazas encontradas en el proyecto, en cuanto a la Mancomunidad Costa Tropical de la Contraviesa, las cuales son bastantes y muy sólidas, nos hemos centrado en las fortalezas y oportunidades de este proyecto, y, a pesar del buen posicionamiento de los productos del almendro, la lealtad de clientela y las buenas ventas en mercados extranjeros, siendo estas unas grandes fortalezas, no ayudan principalmente al desarrollo económico , puesto que los productos principales no se venderían dentro de un mercado de proximidad, e incluso nacional, sino en el extranjero, siendo beneficioso para las empresas, pero no para la Mancomunidad en cuanto a su fin de lograr más empleo así como atraer más población joven.

En cuanto a la posibilidad de aprovechamiento del comercio electrónico como oportunidad para expandir el mercado a nuevos lugares, sería prometedor y necesario para las empresas actuales.

La creación de un listado con la producción de más productos transformados y novedosos también sería una gran oportunidad de negocio, pero, al igual que anteriormente, en la encuesta realizada a empresas, describieron su actividad como mayoritariamente vendida tras su recolección, dando a entender que su comercio funciona bien de tal manera y que no consideran necesario comenzar con la transformación de productos.

En cuanto a las oportunidades descritas anteriormente, en el caso de creación de clúster o alianzas entre varias empresas de la zona o unión de estas a una cooperativa ya formada, sería un modo beneficioso para aumentar las ganancias de las empresas, pero la cooperación por parte de las sociedades es limitada y, conforme a la encuesta realizada a estas -cuyas preguntas se encuentran en el Anexo VI, concretamente siendo la pregunta “¿Estaríais dispuestos a crear una asociación con comerciantes locales, empresas de transformación o cooperativas si esto os ayudase a aumentar los beneficios?” - las respuestas a ello se encuentran con un porcentaje negativo para este punto, pues el 67% de los participantes dijo no estar dispuesto a unirse a ninguna cooperativa.



Es por ello que, conforme a toda la información obtenida en las encuestas y estudios del territorio se ha llegado a la conclusión de que este proyecto no precisa de un estudio de viabilidad financiera, dado que está centrado en los productos, su comercialización y modelos de comercialización.

3.9. INCORPORACIÓN Y ANÁLISIS DE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN EL PROYECTO.

3.9.1 LA MUJER EN EL ÁMBITO RURAL

Es una realidad que, en nuestra sociedad, la diferencia de género ha estado presente y ha transmitido la carga a las socializadas como mujeres con las ocupaciones que de la reproducción se entienden, o al menos en mayor medida que a los hombres. Poco a poco la sociedad va avanzando y esta balanza se está equiparando, aunque, en general en las zonas rurales, sigue existiendo esta discriminación, o al menos en mayor medida que en las grandes ciudades.

Esta discriminación se encuentra duplicada en estas zonas porque, además de ser mujeres, se hallan en la situación de decisión en cuanto al desarrollo de actividades o emprendimientos en entornos en los que, generalmente las oportunidades se ven minimizadas para el género femenino, ya sea por el rol que deberían de desempeñar -impuesto por la sociedad-, la diferente carga de trabajo o las posibilidades laborales para estas.

Algunas de estas razones suponen que las mujeres emigren a las grandes ciudades, donde encuentran más opciones laborales, y que, como consecuencia, exista una mayor tasa de población envejecida en las zonas rurales, así como de masculina, siendo esto suficiente para la disminución de los habitantes de estas áreas rurales y encontrando como resultado el descenso de la población, siendo este uno de los problemas que se pretende solventar en este proyecto.

Es por ello que aquí mostramos en las siguientes tablas la información de los municipios pertenecientes a la Mancomunidad de la Contraviesa, sobre el mercado laboral, siendo esto los datos del año 2022, investigados y distribuidos por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, en cuanto al tasa municipal de cada municipio de desempleo, así como el paro diferenciando entre mujeres y hombres:

	TASA MUNICIPAL DE DESEMPLEO	PARO MUJERES	PARO HOMBRES
TORVIZCÓN	26,9	26	23
ALMEGÍJAR	19,4	4	14
CÁSTARAS	12,2	0	8
LOBRAS	16,3	3	8
CÁDIAR	22,1	67	73
UGÍJAR	25,1	138	120
MURTAS	22,4	18	22
TURÓN	12,7	5	7
ALBONDÓN	20,3	27	22
ADRA	19,00	1.416	878
ALBUÑOL	13,6	248	196
SORVILÁN	17,8	17	16
POLOPOS	11,1	41	47
RÚBITE	19,00	15	19
ÓRGIVA	27,1	316	274

A su vez, mostraremos a continuación la diferenciación entre contratos indefinidos, y temporales realizados en los municipios, así como contratos registrados a hombres, mujeres y a extranjeros:

	CONTRATOS INDEFINIDOS	CONTRATOS TEMPORALES	CONTRATOS A HOMBRES	CONTRATOS A MUJERES
TORVIZCÓN	12	183	89	-
ALMEGÍJAR	24	136	67	-
CÁSTARAS	241	32	241	-
LOBRAS	4	35	19	-
CÁDIAR	90	322	201	-
UGÍJAR	285	380	378	-
MURTAS	16	153	100	-
TURÓN	4	55	29	-
ALBONDÓN	164	357	222	-
ADRA	3.735	3.001	4.095	-
ALBUÑOL	1.640	1.080	1.656	-
SORVILÁN	60	126	99	-
POLOPOS	275	665	487	-
RÚBITE	163	232	263	-
ÓRGIVA	381	975	674	-

Con el fin de que existan ciertos recursos que ayuden con la participación equitativa de ambos géneros en las entidades y municipio en general, es necesario que existan asociaciones de mujeres, donde se trabaje la igualdad de género. Actualmente los existentes en la zona de la Mancomunidad de la Contraviesa son:

- TORVIZCÓN - ASOCIACIÓN DE MUJERES TORRE DEL VIZCONDE
- ALMEGÍJAR - ASOCIACIÓN DE MUJERES RURALES DE ALMEGÍJAR
- CÁSTARAS - ASOCIACIÓN DE MUJERES LA PALMERA DE CASTARAS
- LOBRAS - ASOCIACIÓN DE MUJERES POR EL DESARROLLO CULTURAL DE LOBRAS “LAS MOREAS”

- CÁDIAR - ASOCIACIÓN DE MUJERES DE NARILA
- UGÍJAR - ASOCIACIÓN DE MUJERES DE UGIJAR
- MURTAS - ASOCIACIÓN DE MUJERES AIRES NUEVOS DEL CERRAJÓN
- TURÓN - ASOCIACIÓN DE MUJERES FLOR DE ALMENDRO DE TURÓN
- ALBONDÓN - ASOCIACIÓN DE MUJERES SIERRA Y MAR DE ALBONDÓN
- ADRA - ASOCIACIÓN DE MUJERES INMACULADA MARINA
- ALBUÑOL - ASOCIACIÓN DE MUJERES ALBUÑOLENSES
- SORVILÁN - ASOCIACIÓN DE MUJERES SANTA RITA DE SORVILÁN
- POLOPOS - ASOCIACIÓN DE MUJERES GUHACA
- RUBITE - ASOCIACIÓN DE MUJERES MARIA MORENO
- ÓRGIVA - ASOCIACIÓN DE MUJERES POR LA IGUALDAD

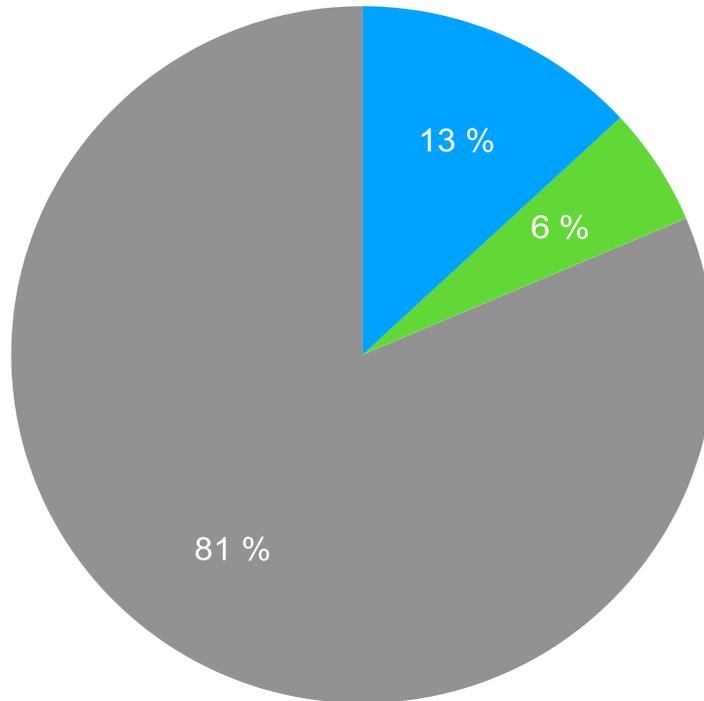
3.9.2 LA MUJER EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO

Para conocer sobre la diferencia de género en este proyecto y así diseñarlo conforme a la igualdad de género, ha sido necesario tener en cuenta la diferencia actual entre las mujeres y los hombres que se dedican al sector agroalimentario, con el fin de comprobar si sería posible el desarrollo de este proyecto, conforme a la igualdad de género.

Conforme al Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, según un estudio realizado en 2008 -siendo el último realizado-, en Andalucía únicamente se dedica al sector agrario el 18,6% de la población, encontrándonos con una diferencia de género puesto que, del total, el 13,1% de este es de género masculino, y el resto de género femenino, siendo un 5,5%.

Esta información la encontramos en la siguiente gráfica referente a la actividad del sector agrario realizada según el sexo en el territorio andaluz en el año 2008:

● Hombres granadinos ● Mujeres granadinas ● Otras provincias



A continuación, mostramos en las siguientes tablas la información de los municipios pertenecientes a la Mancomunidad de la Contraviesa, en cuanto al sector laboral, siendo estos datos con fecha en el año 2022, investigados y distribuidos por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, en cuanto a los trabajadores eventuales agrarios subsidiados mujeres y hombres:

	TRABAJADORES EVENTUALES	TRABAJADORES EVENTUALES
	AGRARIOS SUBSIDIADOS	AGRARIOS SUBSIDIADOS
	MUJERES	HOMBRES
TORVIZCÓN	21	11
ALMEGÍJAR	3	4
CÁSTARAS	1	3
LOBRAS	0	0
CÁDIAR	14	10
UGÍJAR	36	11
MURTAS	5	1
TURÓN	0	0
ALBONDÓN	16	15
ADRA	11	15
ALBUÑOL	31	17
SORVILÁN	4	7
POLOPOS	2	0
RÚBITE	0	2
ÓRGIVA	18	18

3.9.3 LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA MUJER

Para lograr analizar la situación actual en cuanto a este proyecto, el cual está dedicado a la transformación de productos SAT -principalmente Almendra e Higo, aunque se ha dedicado a investigar más especies de productos de la zona de la Contraviesa-, se ha realizado un tratamiento de datos para lograr ver la manera en que ha ido evolucionando a lo largo de las últimas décadas la posibilidad de la mujer de emprendimiento.

Para ello, se ha realizado una encuesta, realizada a mujeres de la zona de la Contraviesa que, o comenzaron su emprendimiento por su cuenta, o trabajan como funcionarios o funcionarias para los ayuntamientos de sus pueblos, y, tratando sus datos anónimamente, hemos logrado encontrar respuestas a las dudas planteadas en las

preguntas de esta entrevista, las cuales se encuentran dispuestas a lo largo del Anexo IV, y que se describirán a continuación.

En cuanto a la experiencia personal de las mujeres y el abordamiento de los desafíos relacionados con la igualdad de género, así como los mayores obstáculos que se han encontrado estas principalmente hacia el camino del éxito empresarial, además del haber tratado a estas con la seriedad que requería la situación, no han sido difíciles en los trabajos relacionados con el tema de la igualdad, en algún caso hemos recibido respuesta de alcaldesas que han descrito su experiencia como respetuosa, generalmente, aunque en ocasiones ha recibido un trato desagradable por el hecho de ser mujer, dándonos a entender que aún queda un largo camino por recorrer pero que estas situaciones se han resuelto con facilidad.

En cuanto a las medidas implementadas en ciertas empresas, o en el entorno laboral general para la promoción de la igualdad de género y el empoderamiento femenino, se han elaborado algunos planes de igualdad general para el ayuntamiento y pueblos, así como para las empresas de la zona -en este caso de la zona de la Contraviesa-.

Esto ha comprendido como observación, la eficiencia de estos, pues se ha examinado un incremento positivo en cuanto a mujeres emprendedoras, en este caso empresarias, así como las integradas en el mundo laboral, pero siendo cifras que, podrían llegar a encontrarse en una posición más alta, por lo que, aún queda trabajo por hacer en cuanto a estos ámbitos, tanto en el ámbito laboral como en el ámbito social.

En cuanto a las dificultades adicionales que podemos encontrar en referencia a la búsqueda de inversores u otra forma de financiamiento para el propio negocio o emprendimiento, no se han encontrado respuestas negativas en cuanto a la dificultad de hallar estas que estén relacionadas con la diferencia de género.

La opinión de los trabajadores y trabajadoras de la zona de la Contraviesa en cuanto a la importancia de establecer ciertas redes de apoyo ya sean mentores o mentoras en relación a que sean existentes con otras mujeres empresarias es ciertamente positiva, y seguramente se vería una mejoría en su calidad de emprendimiento debido a que comenzarían desde una base ya conocida.

A su vez, se ha preguntado a las mujeres por los consejos y/o las palabras que les darían ellas a otras mujeres en el caso de que desearan comenzar o iniciar su propio negocio o su carrera profesional, para ello las respuestas a estas preguntas han sido positivas, animando a las mujeres que estén animadas a emprender a que se persigan esa oportunidad, y pese a que existe la posibilidad de encontrar algunos obstáculos, se superarán ya sea personalmente o como sociedad.

No se lograron obtener respuestas precisas en cuanto al conocimiento de cómo la tecnología y la digitalización podrían ser utilizadas para la contribución del empoderamiento femenino en cuanto al entorno empresarial y si estas iniciativas serían suficientes para la promoción del empoderamiento de las mujeres en los negocios y sociedad en general.

Actualmente, existen ciertos proyectos o iniciativas que se crearon los últimos años y que están apoyando así la promoción del empoderamiento de las mujeres en los negocios y sociedad. Estos proyectos principalmente generalmente son unos talleres de igualdad, en los cuales se pretende reforzar el empoderamiento animando a las mujeres participantes a que emprendan en los proyectos que así deseen, en caso de que no crean estar lo suficientemente cualificadas.

Cuestionamos igualmente a las mujeres, ya emprendedoras, si ellas son o han sido conscientes de algún hábito, truco o rutina, que sea utilizada por ellas y que sea de utilidad, para lograr mantener el equilibrio que debe de haber entre la vida profesional y personal, siendo la respuesta de gran parte de ellas que es una situación ciertamente complicada, más en el caso de que estás sola en casa, pero que es posible con mucho esfuerzo y constancia.

También han sido cuestionadas en esta encuesta la cantidad de acosos sexuales -o que se hayan sentido amenazadas por otra situación-, situaciones sexistas, y/o situaciones discriminatorias en el lugar de trabajo por el hecho de ser mujer - mayor o menor-, además de por el hecho de estar embarazada, las respuestas generalmente han sido negativas.

Tras preguntar a su vez en cuanto las oportunidades que ciertas mujeres hayan o no notado en comparación con los hombres o si se han encontrado en situación de tener salarios inferiores sin diferente razón aparente, y en este caso también han sido negativas las respuestas generalmente, añadiendo que ha existido un gran avance estos últimos años en tratar de llegar a una igualdad financiera, tratando de evadir las diferencias sociales pasadas.

Gracias a la anterior pregunta, se ha llevado a la siguiente, para lograr averiguar si actualmente existen numerosos casos de mujeres ejerciendo cargos de directivos, gerencias y/o alcaldías o si el número sigue igual que los años anteriores encontrándose con una mayoría de hombres.

La respuesta a ello fue que, al menos en la zona de la Contraviesa, actualmente existe una numerosa cantidad de mujeres alcaldesas, dando pie a observar cómo está ocurriendo el avance, lento pero eficaz.

Como se ha dicho anteriormente, el papel de mentor o mentora es importante, asimismo también pensamos que es importante el seguir un modelo de rol femenino, es por ello que otra de las preguntas del cuestionario planteaba la duda sobre cuál ha sido su rol para los participantes que sean una inspiración a la hora de comenzar con el emprendimiento que se pretenda, a lo cual no hemos recibido respuesta, pero sí un consejo que se darían ellas mismas si hablaran con ellas del pasado, encontrándonos entre ellas el consejo de *“Sigue adelante, que nada ni nadie te pare por ser mujer”*.

Gracias a lo anterior, se han llegado a varias conclusiones, si bien sólo se han tratado los datos de las encuestas realizadas anteriormente, y por tanto los datos de mujeres que han respondido a esta, hemos encontrado lo siguiente en comparación con los años anteriores:

Se han comenzado ciertos planes para ayudar a la igualdad que debe de estar existente tanto en el pueblo como en la empresa, para ello los alcaldes y alcaldesas han creado talleres de igualdad los cuales tendrán la oportunidad de realizar los trabajadores de sus ayuntamientos, así como empresarios y empresarias de la zona, además de personas que deseen únicamente informarse.

En el ámbito de la igualdad, se han encontrado avances sociales, estos se han visto en la cantidad de cargos directivos, gerencias, alcaldesas de género femenino o no binario, existente en la zona de la Contraviesa y que en el pasado era mayoría de género masculino.

En cuanto al encuentro de financiación, las respuestas han sido positivas en el aspecto de que, no han tenido problema para encontrar inversores en ninguna situación actualmente, lo que da a entender por tanto que ha habido un gran avance en las zonas de Granada en lo que a sexismo se refiere.

A su vez, tampoco han existido situaciones de acoso sexual en las zonas de trabajo por parte de las personas participantes en la encuesta, así como tampoco se han sentido acosadas por estar embarazadas en ningún momento en su puesto de trabajo, aunque sí que han encontrado ciertas dificultades en compaginar el ámbito laboral con el familiar tras finalizar su embarazo y durante los siguientes meses.

Por ello, para finalizar, podemos llegar a la conclusión de que en las últimas décadas se ha avanzado en el tema de la igualdad, dando más oportunidades a las mujeres y personas no binarias, disminuyendo el acoso en el trabajo y la distinción de salario por cuestión de género la cuál en la zona de la Contraviesa es casi imperceptible. Un ejemplo de esto es la cantidad de mujeres alcaldesas que ejercen en la zona de la Contraviesa, dispuestos en la siguiente tabla:

ALCALDES/AS	HOMBRE	MUJER
Torvizcón	X	
Almegíjar	X	
Cástaras		X
Lobras		X
Cádiar		X
Ugíjar	X	
Murtas	X	
Turón	X	
Albondón	X	

ALCALDES/AS	HOMBRE	MUJER
Adra	X	
Albuñol		X
Sorvilán		X
Polopos	X	
Rubite	X	
Órgiva	X	

En cuanto a los resultados de ello, los porcentajes de alcaldes frente a alcaldesas en la Mancomunidad se encuentran en un 67%, como se puede observar en la gráfica siguiente:



A pesar de los resultados, la sociedad ha avanzado mucho a lo largo de los últimos años y, en la comarca existen bastantes mujeres alcaldesas, por lo que denota un avance positivo en la sociedad. Aun así, siempre se puede avanzar más y queda un largo camino por recorrer hasta que llegemos a la igualdad completa.

3.9.4 DISEÑO DEL PROYECTO CON UN ENFOQUE DE GÉNERO

Conforme a la información investigada y analizada a lo largo del punto 3.9 relacionado con el análisis y la incorporación de la perspectiva de género en este proyecto de productos transformados en la Mancomunidad de la Contraviesa, sería necesario incluir ciertas medidas que intervendrían con la inclusión de la perspectiva de género en el sector agroalimentario. Serían las siguientes.

Priorizar las empresas de transformaciones de productos gestionadas por mujeres, como empresas parte de las cooperativas del proyecto, en el caso de que estas quisieran asociarse al proyecto.

Los nuevos empleos creados basándonos en la llevada a cabo del proyecto pasarán por un filtro que pondrá en marcha el análisis de las realidades laborales actuales donde se observarán tanto a los hombres como mujeres, con el fin de actualizar la orientación profesional basándonos en evitar que las desigualdades de género continúen.

La realización de las fases del proyecto será realizada equitativamente por hombres y mujeres que estén preparados para ello, y se investigarán las inestabilidades que surjan con el fin de crear nuevos métodos que permitan un espacio de trabajo seguro y equitativo.

En el proyecto existirán actividades de formación en cuanto a la igualdad de género se refiere, como reuniones informativas, teniendo asociaciones al alcance si es que fuesen necesario y la posibilidad de exponer la situación de desigualdad de género existente en el proyecto a un profesional o asesoría que esté cualificada en el caso de que fuese necesario, aunque sería preferible que se solventen estas situaciones mediando entre el personal trabajador.



Otras de las medidas que se deberán llevar a cabo en el proyecto será la utilización de un lenguaje no sexista e inclusivo por parte de hombres y mujeres, así como los que se dediquen a la difusión del proyecto.

En el proyecto también deberá de existir un comportamiento feminista por parte del equipo de coordinación, es decir, el equipo constituido por parte de ellos debe de tener conocimiento de la igualdad de género y ser activo en ello.

3.10. DISEÑOS PREVIOS, INFOGRAFÍAS, MAPAS, SOLUCIONES MARKETING, ETC ...

3.10.1 MARKETING

El marketing mix de las empresas encontradas localizadas en la zona de la Contraviesa y con las que se han contactado tienen en su conjunto un problema común, y es la no adaptabilidad que éstas han realizado a la década de las tecnologías.

Con algunas de las empresas era casi imposible contactar puesto que no tenían actualizado su número y habían cambiado de titular, o bien porque no existía ninguna página web donde se expresasen sus productos y una manera facilitada para contactar con estos, reduciendo sus posibilidades a la hora de comerciar.

Es por ello que de entre todo el marketing mix necesario observado a lo largo del desarrollo del proyecto, sería necesario la inclusión del comercio electrónico, también denominado como e-commerce en las empresas de la zona, con el fin de integrarse a la nueva era digital. Además, sería necesaria la creación de redes sociales para estos, donde se muestre la calidad de los productos, la familiaridad de los empleados o la localización social de las empresas.

3.11. CONSECUCCIÓN DE OBJETIVOS EN RELACIÓN CON EL PROYECTO.

En cuanto a la consecución de objetivos en relación con el proyecto son los siguientes:

- Impulso de la transformación de productos agroalimentarios procedentes de la Mancomunidad de la Contraviesa.
- Generación de nuevos productos transformados originarios de las localidades de la Mancomunidad a precios asequibles.
- Sostenibilidad a la hora de generar los nuevos productos transformados.
- Fortalecimiento de la economía rural.
- Generación de nuevos puestos de empleo.
- Igualdad de género en los puestos de empleo generados, reuniones semanales o mensuales informativas y asesoría por parte de un profesional, para el trabajador o trabajadora que lo necesite.
- Aumento de la población rural en la zona de la Contraviesa.
- Enseñanza a los nuevos trabajadores sobre la agricultura de la zona, así como sobre los nuevos productos transformados.
- Favorecimiento de la economía circular de la zona territorial.
- Creación de una cooperativa entre empresas de la zona junto con exteriores, aunque pertenecientes a la provincia.
- Visibilizar los problemas encontrados en la zona, incluyendo en estos los problemas medioambientales como puede ser la sequía, así como los problemas sociales, debidos a la emigración de la población a ciudades más grandes u otros países.

En cuanto a las conclusiones finales del proyecto de aplicación de la Agenda Urbana, en el marco del denominado Programa PUENTES, siendo el Proyecto de Transformación de Productos SAT -Almendra e Higo-, dentro del sector agroalimentario, gracias a este, se ha logrado observar el funcionamiento desde el plano de las instituciones públicas del sector, observando tanto las dificultades del territorio, como el buen funcionamiento actual.

Es por ello, que tras las observaciones que se han estudiado a lo largo del proceso de investigación, sería necesario aumentar el territorio de colaboración, a causa de la falta de tejido empresarial de la zona, y de la poca cooperación por parte de las empresas ya existentes.

En cuanto a la despoblación rural existente, ocurrido además de por la falta de empleo del territorio, por un problema interior en cuanto a la información recibida y practicada sobre el feminismo en el sector laboral y personal.

En consecuencia, a lo anterior, referido a la Mancomunidad Costa Tropical de la Contraviesa, sería necesario dar a conocer más el territorio, con el propósito de transformar la manera de pensar actualmente, donde se cree generalmente que la ciudad urbana tiene más oportunidades que las localidades rurales, siendo esta idea la que socialmente está aceptada por la sociedad de consumo.

La Mancomunidad de la Contraviesa no ha sido “modernizada” especialmente en la última década, mostrando la falta de buenas conexiones en las vías asfaltadas, así como algunas vías que haría falta reformar. Esto es una amenaza, puesto que la distribución entre empresas y comerciantes locales es difícil, y los precios ascienden a causa de la también actual subida de precio de las materias primas -entre ellas la gasolina-.

A su vez, podría ser una nueva oportunidad de revalorizar las actividades tradicionales, como pueden ser la agricultura o la artesanía.

Mi experiencia en el punto de trabajo de destinado donde se ha desarrollado el proyecto desde el diagnóstico inicial hasta las conclusiones, ha sido muy educativa, gracias también al trabajo en equipo con los otros becarios del Programa Puentes, puedo que las dudas surgidas buscaban respuestas conjuntamente, así como la comunicación con los residentes locales, que ponían de manifiesto la situación actual

del territorio, así como las ventajas escondidas de él, que sin ser local de la zona no se habrían conocido.

El sector agroalimentario es una buena oportunidad para añadir valor a la población rural, así como a lo eco social, logrando atraer extranjeros o visitantes con algunas actividades artesanales o ecológicas, así como gastronómicas.



4. BIBLIOGRAFÍA.

INFORMACIÓN ALMENDRAS

- <https://www.frutas-hortalizas.com/Frutas/Presentacion-Almendra.html#:~:text=La%20almendra%20es%20un%20fruto,se%20encuentra%20en%20el%20árbol>
- <https://fen.org.es/MercadoAlimentosFEN/pdfs/almendra.pdf>
- https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/servicios/informacion/almendra_tcm30-103046.pdf
- <https://www.bonviveur.es/gastroteca/almendra>
- <https://www.cuerpomente.com/guia-alimentos/almendras>
- <https://www.nouca.es/almendra-todo-lo-que-tienes-que-saber/>
- <https://www.lavanguardia.com/comer/materia-prima/20211223/1145/almendras-propiedades-beneficios-alimentos-valor-nutricional.html>

RECETAS Y USOS DE ALMENDRAS

- <https://www.bonviveur.es/recetas/tag/almendras/>
- <https://www.recetasdeescandalo.com/almendras/>
- <https://www.hola.com/cocina/noticiaslibros/galeria/20210216184299/recetas-faciles-con-almendra/1/>
- <http://www.muylocosporlacocina.com/p/recetas-con-almendras.html>
- <https://www.lecturas.com/recetas/almendras/>



- <https://www.hogarmania.com/cocina/recetas/almendras/>
- <https://www.recetasderechupete.com/receta/almendras/>
- <https://www.cocinafacil.com.mx/recetas/almendra-beneficios-y-recetas>
- <https://delalba.com.co/blogs/usos-y-beneficios/uso-de-las-almendras>
- <https://espanadiario.tips/consejos/almendras-propiedades-beneficios>
- <https://elpoderdelconsumidor.org/2021/04/el-poder-de-la-almendra/>
- <https://www.itac-professional.com/blog/almendra-procesada-usos/>
- <https://www.directoalpaladar.com/ingredientes-y-alimentos/redescubre-almendra-fruto-seco-popular-sus-propiedades-usos-cocina-cinco-recetas-para-disfrutarla>
- <http://in-formando.es/el-nogal/2015/02/22/usos-de-la-almendra/>
- <https://www.lopezaragon.com/2022/08/31/%EF%BF%BCprincipales-usos-de-las-almendras-en-la-reposteria-profesional/>
- <https://www.hola.com/cocina/noticiaslibros/20200122158630/descubre-algarroba-recetas/>

INFORMACIÓN HIGO

- <https://www.frutas-hortalizas.com/Frutas/Presentacion-Higo.html>
- <https://www.cuerpomente.com/guia-alimentos/higo>
- <https://www.runnersworld.com/es/nutricion-deportiva/a28814681/higo-beneficios-alimento-deportistas/>
- <https://inecol.mx/inecol/index.php/es/2013-06-05-10-34-10/17-ciencia-hoy/659-que-hay-dentro-un-higo-descubre-la-fascinante-relacion-entre-higos-y-avispas>



- <https://frutasolivar.com/fruta/higo/>
- <https://fen.org.es/MercadoAlimentosFEN/pdfs/higo.pdf>
- <https://www.lavanguardia.com/natural/si-existe/20160828/404242477624/secreto-mejor-guardado-higos.html>
- <https://www.lavanguardia.com/comer/materia-prima/20180627/2468/higo-propiedades-beneficios-valor-nutricional.html>

RECETAS Y USOS DE HIGOS

- <https://www.directoalpaladar.com/recetario/siete-recetas-perfectas-para-los-apasionados-de-los-higos>
- <https://www.vitonica.com/recetas-saludables/mejores-17-recetas-higos-perfectas-para-aprovechar-ultimos-dias-temporada>
- <https://www.micasarevista.com/recetas-trucos-cocina/g37404711/higos-brevas-propiedades-beneficios/>
- <https://www.diezminutos.es/cocina/recetas/a28854795/recetas-higos/>
- <https://gastronomiaycia.republica.com/2019/08/21/22-recetas-saladas-con-higos-que-hay-que-probar-antes-de-que-acabe-el-verano/>
- <https://gastronomiaycia.republica.com/2019/08/21/22-recetas-saladas-con-higos-que-hay-que-probar-antes-de-que-acabe-el-verano/>
- <https://www.recetasgratis.net/articulo-recetas-con-higos-75627.html>
- <https://lasmariacocinillas.com/recetas/6-recetas-con-higos/>
- <https://www.hogarmania.com/cocina/escuela-cocina/consejos-compra/higo-8041.html>



- <https://www.runnersworld.com/es/nutricion-deportiva/a28814681/higo-beneficios-alimento-deportistas/>
- <https://www.vitonica.com/alimentos/higos-propiedades-beneficios-su-uso-cocina>
- <https://mejorconsalud.as.com/beneficios-higo/>
- <https://www.trucosnaturales.com/propiedades-y-usos-de-los-higos/>
- <https://higoselpajarero.com/fr/informations/item/1191-magia-en-la-cocina-los-higos-y-sus-combinaciones-sorprendentes.html>
- <https://www.bonviveur.es/gastroteca/higos-golosinas-de-la-naturaleza>
- <https://www.finedininglovers.com/es/noticia/todo-sobre-el-higo>
- <https://frutasolivar.com/fruta/higo/>

INFORMACIÓN ALGARROBO

- <https://bioeduca.malaga.eu/es/catalogo-de-especies/detalle-de-la-especie/Algarrobo/#:~:text=El%20algarrobo%20es%20un%20árbol,pequeñas%2C%20rojas%20y%20sin%20pétalos>
- <https://definicion.de/algarrobo/>
- <https://todoarboles.com/algarrobo/>
- <https://www.arbolitos.es/arbolitos/algarrobo>
- https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/hojas/hd_1984_10.pdf
- https://www.mapa.gob.es/es/desarrollo-rural/temas/caminos-naturales/caminos-naturales/detalle_punto_interes.aspx?tcm=tcm:30-548359&id_camino=013424&topologia=Vegetación&origen=Destacados



- <https://www.jardineriaon.com/algarrobo.html>
- https://www.malaga.es/es/laprovincia/naturaleza/lis_cd-13057/algarrobo-algarroba-ceratonia-siliqua

RECETAS Y USOS DE ALGARROBOS

- <https://www.hola.com/cocina/noticiaslibros/20200122158630/descubre-algarroba-recetas/>
- <https://cookpad.com/es/buscar/algarroba>
- <https://www.hogarmania.com/cocina/recetas/postres/recetas-algarroba-19919.html>
- <https://www.lavanguardia.com/comer/recetas/20220226/8083474/algarroba-cacao-receta-chocolate.html>
- <https://www.thermorecetas.com/bizcocho-algarroba-nueces/>
- <https://www.recetasgratis.net/receta-de-galletas-de-avena-y-algarroba-68515.html>
- <https://www.directoalpaladar.com/ingredientes-y-alimentos/que-algarroba-propiedades-uso-cocina-alimento-moda>
- <https://www.bonviveur.es/gastroteca/algarroba>
- https://www.lasexta.com/noticias/sociedad/boom-algarroba-estas-son-propiedades-usos-fruto-mediterraneo-cuyo-precio-dispara_20211120619921079ef0da0001e6f2fc.html
- <https://www.farmacia.bio/algarroba/>
- <https://cocina-casera.com/la-algarroba-propiedades-y-usos/>
- https://www.niusdiario.es/vida/gastronomia/20220830/usos-algarrobo-cocina-propiedades-beneficios-evn3m_18_07330944.html



- <https://www.ecologiaverde.com/algarroba-propiedades-beneficios-y-contraindicaciones-2657.html>
- <https://www.ppmsl.com/productos-garrofa/usos-y-aplicaciones-de-la-garrofa/>
- <https://www.cuerpomente.com/guia-alimentos/algarroba>

EMPRESAS ZONA DE LA CONTRAVIESA

- <https://www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca/gria/gestionaNavegacion.do?iprovincia=18&d=4022121-p=5&accion=popupMunicipios>

INFORMACIÓN GENERAL

- https://es.wikipedia.org/wiki/Sierra_de_la_Contraviesa
- <https://www.oteagranada.com/admin/archivos/191-1666173814.pdf>
- <https://www.oteagranada.com/admin/archivos/178-1666172639.pdf>
- <https://www.oteagranada.com/admin/archivos/123.pdf>
- <https://www.oteagranada.com/agenda-urbana.php?idAgenda=123>
- <https://rockcontent.com/es/blog/comercio-electronico/>
- <https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/sima/info.htm?f=j11>
- <https://legalegonutrition.com/servicios/registro-sanitario/>
- https://cadenaser.com/emisora/2017/10/25/radio_motril/1508937207_709728.html
- <https://motrildigital.blogia.com/2007/113006--los-ayuntamientos-de-la-contraviesa-podr-an-abandonar-la-mancomunidad-de-munici.php>



- https://www.costatropical.es/municipio.asp?id_municipio=15&municipio=Rubite
- <https://www.grnadadigital.es/el-grupo-popular-de-la-mancomunidad-solicita-la-inclusion-del-abastecimiento-para-consumo-de-agua-de-la-contraviesa/>
- https://elpais.com/diario/2005/09/14/andalucia/1126650143_850215.html
- https://www.turgranada.es/ruta_ciclista/contraviesa/
- <https://www.turgranada.es/agenda/>
- https://www.grnahoy.com/costa_tropical/Costa-oriental-amenaza-produccion-almendra_0_1726629288.html
- https://www.grnahoy.com/costa_tropical/Costa-Parlamento-Andalucia-soluciones-sequia_0_1785122759.html
- <https://www.europapress.es/andalucia/noticia-granada-comunidad-regantes-trevez-confia-no-tener-volver-ceder-agua-contraviesa-20060524172402.html>
- <https://www.ideal.es/granada/provincia-granada/campana-agricola-granada-retrasa-400000-hectareas-falta-lluvia-sequia-20221102184416-nt.html>
- <https://andaluciaticoturismo.com/2013/06/07/collado-de-canseco-por-torvizcon-que-higos-que-almendras-y-que-uvas/>
- <https://almendrun.es/productos/>
- <https://enalimentos.lat/noticias/4522-almendras-el-ingrediente-preferido-y-mas-versatil-para-desarrollar-nuevos-productos-a-nivel-mundial.html>
- <https://www.recetasdeescandalo.com/como-hacer-leche-de-almendras-casera-receta-de-leche-vegetal/>
- <https://www.conasi.eu/blog/recetas/leche-de-almendras/>



- <https://ourplantbasedworld.com/es/how-do-you-make-almond-milk/>
- <https://www.philips.es/c-e/ho/articulos/cocina/cocina-y-consejos-de-cocina/receta-leche-de-almendras.html>
- https://tecnologiaalimentaria.com/elaboracion_leche_almendra.html
- <https://www.afuegolento.com/articulo/tutorial-como-hacer-leche-almendras-casera-paso-paso-/22808/>
- <https://www.ngenespanol.com/ecologia/la-produccion-de-leche-de-almendras-esta-matando-de-cansancio-a-miles-de-millones-de-abejas/>
- https://www.gradahoy.com/provincia/pueblos-habitantes-perdido-Granada_0_1403260270.html
- <https://www.ideal.es/granada/provincia-granada/alpujarra-convertido-comarcas-20201119155420-nt.html>
- <https://ws040.juntadeandalucia.es/alpujarrahtml/122/>
- https://www.diariodesevilla.es/andalucia/Andalucia-rural-vacia-despoblacion_0_1336966633.html
- <https://elcomarcaldelaalpujarra.com/andalucia-prepara-un-plan-contr-la-despoblacion-en-la-alpujarra-y-en-otras-diez-comarcas-rurales/>
- <https://elcomarcaldelaalpujarra.com/diputacion-lanza-una-campana-para-revertir-la-despoblacion-en-el-medio-rural/>
- <https://www.palomabrinkmann.com/projects/contraviesa-geograf%C3%ADa-interior/>
- <https://wastemagazine.es/ecosistemas-futuro-despoblacion.htm>
- <https://www.granadadigital.es/granada-vaciada-18-municipios-riesgo-severo-despoblacion/>



- <https://opaugranada.es/actuacion.php?idActuacion=587>
- <https://empresite.eleconomista.es/Actividad/COOPERATIVAS-AGRICOLAS/provincia/GRANADA/>

ANEXOS.

ANEXO I PRESENTACIÓN DEL PROYECTO EN POWER POINT



CONTENIDO

Proyecto	3
Investigación de productos	4 - 5
Investigación del mercado	6 - 7
Análisis de la situación	8 -10
Marketing	11
Análisis DAFO	12
Búsqueda de nuevos productos	13 - 15
Financiación, recursos, viabilidad	16 - 17
Conclusiones	18

¿TRANSFORMACIÓN DE PRODUCTOS?

En la Mancomunidad de la Contraviesa, existe una importante producción **de almendra y de higo**, los cuales se comercializan sin ser previamente transformados. Es por ello que este proyecto lo que pretende es emprender una búsqueda de estos productos transformados, con el fin de dotarlos de un **mayor valor añadido**, logrando que su producción y su comercialización se fortalezca en el propio territorio (turismo) y se expanda buscando nuevos mercados que incluyan los de proximidad y gourmet.



ALMENDRA

- Almendra tostada
- Almendra garrapiñada
- Lágrimas de Boabdil
- Ajoblanco
- Cazuela con almendras
- Patata con almendras
- Rocas de chocolate negro y almendra
- Polvorones
- Amaretto
- Leche de almendras
- Crema de almendra
- Aceite de almendras



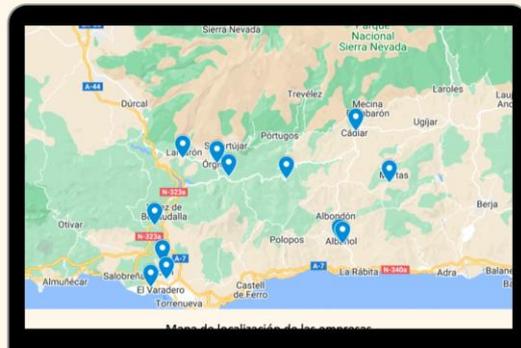
HIGO

- Pan de higo
- Higo seco
- Café de higo
- Vino de higo
- Mermelada de higo
- Tarta tatin de higos
- Higos asados al vermut
- Jabón de higo
- Crema de manos de higo

- Pan de higos y almendra
- Bizcocho de higo y almendra
- Tarta de higos, miel y almendra
- Biscotti de higos y almendras

¿QUÉ SE BUSCA?

-  Publicidad de la zona
-  Marketing mix
-  Aumento de la población
-  Cooperativas

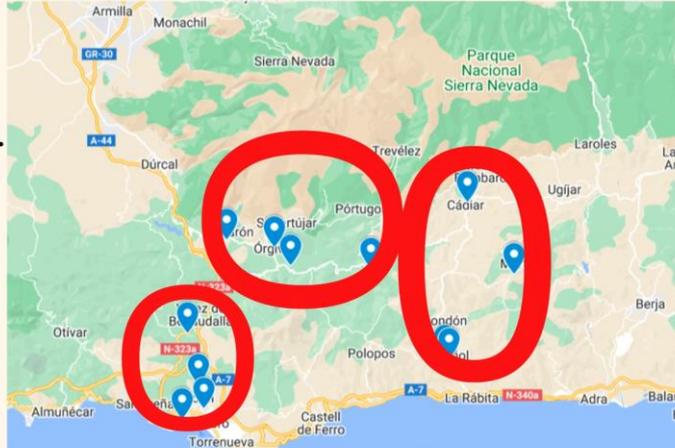


LOCALIZACIÓN DE EMPRESAS

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Consecuencias de la mejora

- Eficiencia (costes más bajos).
- Eficacia (mercados lejanos).
- Disminución huella de carbono.
- Nuevos mercados.



RESULTADOS DE AYUNTAMIENTOS CONTRAVIESA

100 %

Buena proyección en mercado exterior

100 %

Generación de empleo



MARKETING

1

E-commerce o comercio digital

2

Redes sociales

3

Actualización de recetas tradicionales

ANÁLISIS DAFO

DEBILIDADES

- Falta de tejido empresarial
- Poca predisposición empresarial
- Poca innovación de los productos
- Débil desarrollo del marketing (escaso y tradicional).
- Poca presencia en mercado nacional
- Incremento de los costes de producción
- Falta de incorporación tecnológica de los cultivos por orografía.

AMENAZAS

- Regresión del cultivo del almendro y de la higuera.
- Incremento de la competencia en los mercados interiores y exteriores por terceros países con productos similares.
- Falta de relevo generacional.

OPORTUNIDADES

- Creación de clúster o alianzas entre varias empresas.
- Incremento del marketing mix.
- Aprovechamiento de las nuevas tecnologías.
- Diversificación de la oferta.
- Innovación con nuevas recetas.
- Incorporación en mercado vegano y vegetariano.



BÚSQUEDA DE NUEVOS PRODUCTOS



¿Climatología?

- Temperaturas de 15 - 25 °C
- No a más altitud de 500 m
- Resistente a sequías

¿Usos más comunes?

- Harina de algarrobo
- Garrofin
- Alimento ganadero

¿Empresas?

- Poco tejido empresarial en la provincia.
- Creación de **plan de negocio** para la viabilidad .




**ALTERNATIVA
ALGARROBO**



¿Por qué implantar el algarrobo?

- Sequía
- Grandes cantidades ganaderas
- Elevado coste de alimento ganadero
- Poca competencia interna
- Aportación nutricional
- Puesta en riego, nuevos regadíos.

FINANCIACIÓN Y RECURSOS

Financiación

- Fondos Europeos
- Fondos propios
- Distintas administraciones

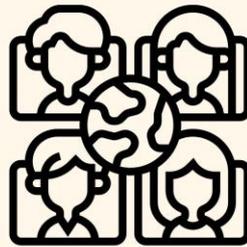
Recursos

- Infraestructuras
- Equipo de coordinación
- Empresas
- Cadena logística
- Ayuntamientos
- Agricultores
- Asociaciones



CONCLUSIONES

- Fomento de relevo generacional.
- Escasa implantación del marketing mix en las empresas.
- No hay innovación en los productos tradicionales.
- Carencia de asociacionismo.
- Mejora del sistema de distribución al cliente final.
- Falta de creación de nuevas empresas.
- Alternativa con nuevos cultivos: estudio del algarrobo, granado, etc.



ANEXO II REPORTAJE GRÁFICO



Los Yesos (Sorvilán)



Los Yesos (Sorvilán)



Estudiantes en los Yesos



11/9/2023 Presentación del proyecto del programa PUEENTES



11/9/2023 Presentación del proyecto del programa PUEENTES



Estudiante presentando su proyecto

PROGRAMA Puentes - FICHA PRESENTACIÓN PROYECTO MANCOMUNIDAD COSTA TROPICAL CONTRAVIESA

TÍTULO DEL PROYECTO	Transformación de productos SAT: Almendra e Higo.
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> - Lograr impulsar y favorecer la economía de la Mancomunidad de la Costa Tropical de la zona de la Contraviesa. - Encontrar en las localidades una manera de impulsar la productividad de estos y generar empleo, dinamizando la actividad económica. - Establecer una lista especificando las posibilidades de transformación de los productos mencionados -Almendra e Higo-, que aparentemente tengan una buena proyección dentro del sector económico agroalimentario. - Diseño de una estrategia comarcal que logre estar unificada y que brinde la posibilidad de negociar con otras distribuidoras y comercializadoras a través de un clúster o agrupación de productores. - Mejorar y desarrollar los canales de distribución y comercialización agrícola de los productos que previamente se han transformado.
BREVE DESCRIPCIÓN	En la Mancomunidad de la Costa Tropical, en la zona de la Contraviesa, existe una numerosa cantidad de almendra y de higo, los cuales son exportados sin ser previamente transformados. Es por ello que este proyecto lo que pretende es emprender una búsqueda de estos productos transformados, con el fin de dotar a estos de un mayor valor añadido, logrando que su producción y su comercialización comience en el propio territorio, es decir, desde la zona de la Contraviesa.
MUNICIPIOS DE IMPLEMENTACIÓN	Mancomunidad Costa Tropical Contraviesa: Torvizcón, Almegíjar, Cástaras, Lobras, Cádíar, Ugíjar, Murtas, Turón, Albondón, Adra, Albuñol, Sorvilán, Polopos, Rubite y el antiguo municipio de Alcázar, actualmente integrado en el municipio de Órgiva.

ANEXO IV ENCUESTAS A AYUNTAMIENTOS

Las preguntas con las que se han desarrollado las conclusiones descritas en este proyecto en cuanto a personal trabajador, funcionarios y/o alcaldes/as de ayuntamientos fueron, estas:

1. ¿Cuál es vuestra opinión acerca de que los agricultores, cooperativas, empresas elaboradoras, empresas SAT y comerciantes locales se unan para poder crear un conglomerado de empresas o un clúster y así intentar competir con empresas más grandes como las de otras provincias?
2. ¿Consideráis que una sinergia entre productores y comerciantes locales de la zona de la Contraviesa como pueden ser restaurantes, pequeños comercios sería una buena forma de promocionar las almendras/higos/algarrobo de la zona?
3. ¿Consideráis que es viable la creación de una certificación de calidad (DOP, IGP, ETG) de las almendras/higos/algarrobo de la zona de la Contraviesa? ¿Creéis que esto junto con otras acciones ayudaría a reactivar la economía de la zona?
4. ¿Cuál es vuestra opinión acerca de la posible realización de una ruta turística en torno a la almendra/higo? (Creación de un museo para la cata de diferentes productos, visita guiada por las fábricas, degustación de platos elaborados mediante almendras/higos o creación de una nueva experiencia).
5. ¿Considera que las almendras/higos/algarrobo de la zona de la Contraviesa pueden tener proyección fuera de la provincia incluso fuera de Andalucía?
6. Como bien sabe la sequía es una gran amenaza para la agricultura en general ¿Se están tomando medidas para paliar los posibles efectos adversos de la misma?
7. ¿Qué repercusiones cree que puede tener este proyecto en la población?
8. ¿Cree que un proyecto como este es necesario en la mancomunidad de la Contraviesa?
9. ¿Cuál es su expectativa respecto a este proyecto?
10. ¿Le gustaría añadir algún detalle respecto a su opinión personal, alguna reflexión o problemática que no se haya tratado?

- <https://forms.gle/wBtT3nHppEUjaC2P8>

ANEXO V ENCUESTAS SOBRE EMPODERAMIENTO FEMENINO

Las preguntas con las que se han desarrollado las conclusiones descritas en este proyecto en cuanto al empoderamiento femenino, fueron estas:

1. ¿Cuál ha sido tu experiencia personal como mujer en el trabajo que realizas y cómo has abordado los desafíos relacionados con la igualdad de género, así como cuáles son los mayores obstáculos encontrados hacia el camino del éxito empresarial? ¿Alguna persona no la ha tomado en serio en su trabajo por el hecho de ser mujer?
2. ¿Qué medidas has implementado en su empresa para promover la igualdad de género y empoderar a las mujeres en tu entorno laboral? ¿Has notado cambios positivos en la igualdad de género en el mundo empresarial en los últimos años? ¿En qué áreas crees que aún hay trabajo por hacer?
3. ¿Has encontrado dificultades adicionales al buscar financiamiento o inversores para tu negocio debido a tu género? ¿Cómo has superado esos obstáculos?
4. ¿Cuál es tu opinión sobre la importancia de establecer redes de apoyo y mentoría entre mujeres empresarias? ¿Has tenido experiencias positivas en este sentido? ¿Qué consejos o palabras de aliento les darías a otras mujeres que desean iniciar su propio negocio o avanzar en su carrera profesional?
5. ¿Cómo crees que la tecnología y la digitalización pueden contribuir al empoderamiento femenino en el entorno empresarial? ¿Está apoyando alguna iniciativa o proyecto para promover el empoderamiento de las mujeres en los negocios y en la sociedad en general? En caso afirmativo, ¿cuáles?
6. ¿Qué iniciativas o proyectos estás apoyando actualmente para promover el empoderamiento de las mujeres en los negocios y en la sociedad en general?
7. ¿Qué pasos tuviste que dar al comenzar tu proyecto? ¿A qué retos te has enfrentado en tu trayectoria como mujer y emprendedora? ¿Cómo los has superado?
8. ¿Tienes algún truco/hábito/rutina que te ayude a mantener un buen equilibrio entre tu vida profesional y personal? ¿En cuentas muchas dificultades para compaginar ambas?
9. ¿Se ha sentido en algún momento de su carrera/negocio acosado sexualmente o con situaciones sexistas o discriminada en el lugar de trabajo por el hecho de estar embarazada?
10. ¿Considera que ha tenido menos oportunidades en comparación con las que tenían los hombres? ¿Se ha encontrado con situaciones en las cuales su salario era inferior por el hecho de ser mujer?
11. ¿Conoce a muchas mujeres que estén en el mismo tipo de cargo directivo/gerencia/ alcaldesa que usted, o aún existe una gran mayoría de hombres?



12. ¿Tiene/ha tenido algún modelo de rol femenino, o considera que aún se necesitan más?
¿Cuál sería un consejo que te darías a ti misma si pudieses volver a los comienzos de tu negocio/carrera?

- <https://forms.gle/eSG59zgGvcB5xT1GA>

ANEXO VI ENCUESTAS REALIZADAS A EMPRESAS

Las preguntas con las que se han desarrollado las conclusiones descritas en este proyecto en cuanto a las empresas, fueron estas:

1. ¿Sus productos son vendidos al público por terceros o son ustedes los principales vendedores?
2. ¿Cuál es su público objetivo? ¿Qué tipo de canal de distribución podemos encontrar en vuestra empresa?
3. ¿Consideran que el número de clientes está aumentando o decreciendo a causa de sus productos?
4. En cuanto a sus productos. ¿Esos productos están transformados previamente o lo venden tras su recolección?
5. ¿Cuál es la cantidad media mensual de materia prima necesaria para realizar vuestra actividad?
6. ¿Generáis subproducto al realizar vuestra actividad productiva? si es así ¿Utilizáis el subproducto en otra actividad productiva paralela a la principal, lo vendéis a otras empresas o lo desecháis como residuo?
7. Al elaborar vuestro producto o productos transformados ¿Utilizáis una elevada cantidad de aditivos o por el contrario es un producto que se puede considerar natural? ¿Qué cantidad de los mismos utilizáis?
8. ¿Sois capaces de abasteceros únicamente con vuestros productos propios o necesitáis también conseguir algunos productos de manera externa?
9. ¿Cuáles son las variedades de almendras/higos que se cultivan en la zona de la Contraviesa? ¿Usted cuál es la que cultiva?
10. ¿Su sistema de cultivo es en convencional o en ecológico?
11. ¿Se están sustituyendo los almendros/higos por otros cultivos? ¿Cuál es el motivo de este cambio ?
12. En cuanto a la subida de precio este año de las materias primas (como podría ser el aceite), ¿considera usted que esta subida de precio ha afectado a su venta/compra/producción?
13. ¿Tiene algún certificado de calidad para los almendros/higos?
14. ¿Qué variables son las que se tienen en cuenta al valorar el precio de un kg de almendras/higos? ¿Cuáles de ellas son las que hacen que incrementen su precio? ¿Me podría dar un precio aproximado?
15. ¿Consideráis que el cultivo de almendra/higo está en fase de declive? ¿Os habéis planteado cambiar y transformar otros productos frutícolas?



16. ¿Los almendras/higos con los que realiza su actividad proceden de la zona de la Contraviesa?
17. ¿Piensa que una forma de captar a un mayor número de clientes podría ser mencionar la procedencia de las almendras/higos procedentes de la zona de la Contraviesa o productos elaborados a partir de los mismos y así ponerlos en valor? (que el cliente sepa que lo que está consumiendo es productos locales)
18. ¿Os gustaría que la zona de la Contraviesa obtuviera una DOP (Denominación de origen protegida) propia relativa a la almendra/higo? ¿Apoyaríais esa idea?
19. ¿Cuál considera que es la característica que le diferencia de la competencia? (zona, calidad, costes, elementos intangibles como el buen servicio, servicios personalizados, el saber hacer...)
20. ¿Cuáles son las principales amenazas que ponen en riesgo vuestra actividad productiva?
21. ¿Estaríais dispuestos a crear una asociación con comerciantes locales, empresas de transformación o cooperativas si esto os ayudase a aumentar los beneficios?

- <https://forms.gle/NMARd16pgLfdXTsGA>

ANEXO VII EL ALGARROBO

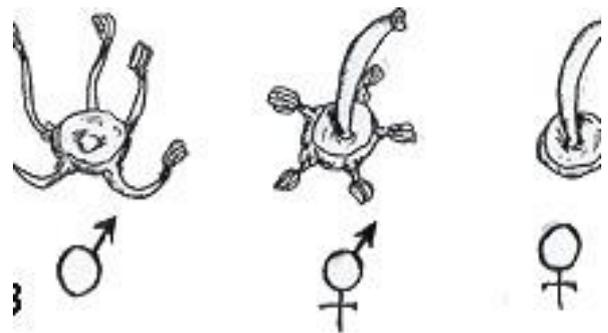
El algarrobo, es una especie arbórea que puede alcanzar los 10 m de altura, cuya corteza es agrietada y parda y cuenta con una copa más o menos ovoidea. Sus hojas poseen entre uno y cinco pares de folíolos y estipulas triangulares. Su fruto es de contorno linear-elíptico, glabrescente con caras planas y brillantes de color pardo-negruzcas y en su interior posee desde una a siete semillas que cuentan con una forma ovoidea, brillantes y de color castaño.

En su interior contiene unas vainas, las cuales son semillas dulces y comestibles llamadas algarrobas, que se utilizan en la alimentación humana y animal, así como en la producción de productos derivados como harina de algarroba y que expondremos a continuación.

Comenzando con su clasificación botánica:

1. **Familia.** El algarrobo pertenece a la familia de las Leguminosas o Fabáceas (*Fabaceae*). Los miembros de esta familia son reconocidos por su capacidad de fijar nitrógeno en el suelo y sus frutos en forma de vainas.
2. **Género:** El género botánico del algarrobo se conoce como "Prosopis". Dentro de este género, existen varias especies de algarrobo, pero en general este se caracteriza por sus hojas compuestas y sus frutos en forma de vainas, que contienen semillas comestibles y son conocidos como algarrobas.
 1. Puede ser masculina, femenina y hermafrodita, pero esta última es la que mas conviene en términos de polinización, puesto que tendremos más probabilidades de obtener frutos. Las que tienen un aspecto hermafrodita son por tanto las que tienen órganos sexuales masculinos y femeninos en la misma planta, pero es monoica, esto significa que tiene flores masculinas y femeninas en la misma planta, pero no en la misma flor, es decir, cada planta de algarrobo tiene flores masculinas y flores femeninas separadas, pero ambas están presentes en la misma planta.
3. **Especie:** La especie mas común del "algarrobo" es *Ceratonia siliqua*. Esta especie es ampliamente conocida como algarrobo común o algarrobo europeo. Es un árbol de hoja perenne, nativo de la región del Mediterráneo, aunque se encuentra en varias partes del mundo.

En cuanto a la ecología, el algarrobo es un árbol adaptado a climas mediterráneos y semiáridos. Puede tolerar condiciones de sequía y altas temperaturas. Aunque para que sus condiciones climáticas y tipos de suelo sean favorables debería de ser:



Algarrobo hermafrodita

En cuanto al **clima** necesario para este:

- **Temperatura:** El algarrobo prefiere climas cálidos y puede tolerar temperaturas altas. Se adapta bien a regiones con temperaturas medias anuales entre 15 y 25 grados Celsius. No resiste bien el frío por lo que se debe de cultivar a una altura máxima de 500 metros, si es un terreno cercano a la costa debe de estar sobre unos 40 o 50 kilómetros hacia el interior.
- **Precipitación:** Es resistente a la sequía y puede sobrevivir con precipitaciones anuales bajas, alrededor de 200-500 mm. Sin embargo, en sus etapas iniciales de crecimiento, puede requerir un poco más de agua, de hecho, es muy recomendable su riego durante los primeros años, aunque posteriormente, tras un lento crecimiento, sea resistente a la sequía.

En cuanto al **suelo**:

- **Drenaje:** El algarrobo prefiere suelos bien drenados y no tolera la acumulación de agua en las raíces.

- Tolerancia a la salinidad: Puede crecer en suelos con cierto grado de salinidad, aunque prefiere suelos menos salinos.
- PH del suelo: Se adapta bien a una amplia gama de pH del suelo, desde ligeramente ácido hasta ligeramente alcalino.

En general, el algarrobo es una especie resistente que puede adaptarse a diferentes condiciones de suelo y clima, lo que lo hace adecuado para áreas con estaciones secas y veranos calurosos.

En cuanto a su información nutricional, la algarroba es conocida por ser una fuente de nutrientes y tiene un perfil nutricional interesante. Esta es la información nutricional aproximada por cada 100 gramos de algarroba en su forma seca:

- Calorías: alrededor de 222 kcal.
- Carbohidratos: alrededor de 94 gramos
- Proteínas: alrededor de 4 gramos
- Grasas: alrededor de 0,6 gramos
- Fibra: alrededor de 39 gramos
- Calcio: alrededor de 348 mg
- Hierro: alrededor de 3,4 mg
- Magnesio: alrededor de 50 mg
- Potasio: alrededor de 811 mg
- Fósforo: alrededor de 79 mg
- Vitamina A: alrededor de 0 IU
- Vitamina C: alrededor de 0 mg

Es importante tener en cuenta que estos valores podrían variar según el origen y la variedad de la algarroba, así como el método de procesamiento. Además, la algarroba también contiene polifenoles, como taninos y flavonoides, que pueden tener propiedades antioxidantes.

Los usos más comunes encontrados para este son:

1. Harina de algarroba: Las algarrobas se pueden moler y convertir en harina de algarroba, que se utiliza como un sustituto natural del cacao en la cocina. La harina de algarroba es libre de cafeína y teobromina, y tiene un sabor dulce y a chocolate. Se utiliza en la preparación de postres, pasteles, batidos y productos horneados.

2. Edulcorante natural: La algarroba es naturalmente dulce debido a su contenido de azúcares naturales. El polvo de algarroba se puede utilizar como un edulcorante saludable sin aditivos en diferentes recetas, como postres, bebidas y yogures.
3. Bebidas: Las algarrobas también se pueden utilizar para hacer bebidas. Por ejemplo, se puede hacer una bebida llamada "carob juice" al remojar las algarrobas en agua y luego colar la mezcla. Esta bebida tiene un sabor ligeramente dulce y se puede consumir caliente o fría.
4. Aditivo en alimentos: La harina de algarroba también se utiliza como aditivo en alimentos procesados, como productos de panadería, helados y productos lácteos, como espesante y estabilizador.
5. Alimentación animal: Las algarrobas también se utilizan como alimento para animales, especialmente para ganado y animales de granja.

En cuanto a los usos terminológicos de este, ha sido utilizado en la medicina tradicional en diversas culturas por sus posibles propiedades terapéuticas. Algunos de los usos farmacológicos incluyen:

1. Propiedades antioxidantes: La algarroba contiene polifenoles, como los taninos y los flavonoides, que tienen propiedades antioxidantes. Estos compuestos pueden ayudar a neutralizar los radicales libres en el cuerpo y proteger las células del daño oxidativo.
2. Propiedades antiinflamatorias: Algunos estudios han sugerido que los extractos de algarroba pueden tener propiedades antiinflamatorias. Se ha observado que ciertos componentes presentes en la algarroba pueden reducir la inflamación en estudios de laboratorio y en modelos animales.
3. Efectos sobre la salud digestiva: Tradicionalmente, la algarroba se ha utilizado para tratar trastornos gastrointestinales, como la diarrea y la indigestión. Se cree que los taninos presentes en la algarroba pueden tener propiedades astringentes y ayudar a reducir la diarrea.

En cuanto a los usos ganaderos, tiene varios usos ganaderos debido a su valor nutricional y disponibilidad. Algunos de los usos ganaderos del algarrobo son:

1. Alimento para el ganado: Las vainas de algarrobo son una fuente de alimento natural para el ganado. Las algarrobas contienen nutrientes esenciales, como carbohidratos, proteínas, grasas, fibra y minerales, que pueden contribuir a la dieta de los animales.
2. Suplemento alimenticio: Las vainas de algarrobo se utilizan a menudo como suplemento alimenticio para el ganado, especialmente en regiones donde los pastos pueden ser escasos o de baja calidad. Proporcionan una fuente adicional de nutrientes y energía, ayudando a mantener la salud y el rendimiento del ganado.
3. Forraje: Además de las vainas, las hojas y ramas jóvenes del algarrobo también se utilizan como forraje para el ganado. Estas partes de la planta son ricas en nutrientes y se pueden consumir por los animales.
4. Ensilado: Las vainas y partes de la planta del algarrobo también se pueden ensilar, es decir, fermentar y almacenar para su uso posterior como alimento para el ganado durante los períodos de escasez de pasto o forraje.
5. Leña: En algunas regiones, la madera del algarrobo se utiliza como leña para la calefacción en granjas y establos.

En cuanto al uso como pienso para ganado, como se ha dicho anteriormente, el algarroba se utiliza comúnmente como una fuente de pienso para animales debido a su valor nutricional, principalmente como:

1. Alimentación de rumiantes: Las vainas de algarrobo son una fuente de energía y fibra para el ganado bovino, ovino y caprino. Pueden ser utilizadas como un componente de la ración diaria, mezcladas con otros alimentos o ensiladas para su uso posterior.
2. Alimentación de caballos: Las vainas de algarrobo también se utilizan en la alimentación de caballos. Proporcionan un aporte de fibra y energía, y se pueden utilizar como parte de la dieta equilibrada de los caballos, ya sea directamente o procesadas en forma de harina de algarroba.
3. Alimentación de aves de corral: Las vainas de algarrobo también pueden ser utilizadas en la alimentación de aves de corral, como pollos y pavos. Se pueden triturar y mezclar con otros ingredientes para formar parte de la ración balanceada de las aves.

Es importante tener en cuenta que el algarrobo no debe ser la única fuente de alimentación de los animales, sino que se añadiría a la dieta equilibrada que estos deben de seguir estos.

En cuanto al **GARROFÍN**, este es referido al aprovechamiento de las semillas de algarrobo, también conocidas como algarrobas, para la producción de harina de algarroba o garrofín. Los usos más comunes de este se encuentran en:

1. Industria alimentaria: El garrofín se utiliza como un ingrediente natural en la industria alimentaria para agregar sabor, textura y valor nutricional a diversos productos. Se utiliza en la fabricación de chocolates, helados, postres, productos horneados, bebidas y como espesante en salsas y aderezos.
2. Alimentación animal: El garrofín también se utiliza como un suplemento alimenticio para animales, especialmente en la alimentación de rumiantes como las cabras y el ganado. Su alto contenido de fibra y nutrientes beneficia la salud digestiva de los animales.
3. Industria cosmética: En la industria cosmética, el garrofín se utiliza en la fabricación de productos para el cuidado de la piel y el cabello. Se puede encontrar en cremas hidratantes, acondicionadores capilares, mascarillas faciales y productos de cuidado personal.
4. Industria farmacéutica: El garrofín contiene compuestos beneficiosos, como polifenoles, que tienen propiedades antioxidantes y antiinflamatorias. Estos compuestos se utilizan en la industria farmacéutica para la elaboración de medicamentos y suplementos nutricionales.
5. Industria textil: En la industria textil, el garrofín se utiliza como un agente espesante y estabilizante en la impresión textil y en la fabricación de tintes naturales. También se utiliza en la producción de papel y en la adhesión de tejidos.

En cuanto al procedimiento para lograr obtener este garrofín, este se puede describir en varias etapas. Estas son:

1. Recolección: Primero, debes recolectar las vainas maduras de los árboles de algarrobo. Las vainas maduras suelen ser de color marrón oscuro y tener un aspecto seco.

2. Secado: Una vez recolectadas, las vainas se deben secar para reducir su contenido de humedad. Puedes extender las vainas en una superficie limpia y dejarlas secar al sol durante varios días. También puedes utilizar un deshidratador o un horno a baja temperatura para acelerar el proceso de secado.
3. Descascarillado: Una vez que las vainas estén completamente secas, debes descascarillarlas para separar las semillas de algarrobo de las vainas. Puedes hacerlo de forma manual, utilizando tus manos o herramientas, o mediante el uso de máquinas especializadas de descascarillado.
4. Molienda: Las semillas de algarrobo descascarilladas se muelen para obtener la harina de algarroba o garrofín. Puedes utilizar un molino de alimentos o un molinillo de café para moler las semillas hasta obtener una textura fina.
5. Tamizado: Una vez molidas, es recomendable tamizar la harina de algarroba para eliminar cualquier residuo o trozos más grandes que no se hayan molido por completo.
6. Almacenamiento: Finalmente, guarda el garrofín en un recipiente hermético y guárdalo en un lugar fresco y seco. De esta manera, se mantendrá fresco y listo para su uso.

En cuanto a los pellets, estos pueden ser utilizados como suplemento alimenticio para las cabras. Estos son pequeños cilindros compactados que contienen una mezcla de ingredientes nutritivos y pueden proporcionar nutrientes adicionales a la dieta de las cabras, puesto que se pueden diseñar específicamente para estas, ayudando a estas gracias a los nutrientes que proporciona.

En la región de la Alpujarra, el algarrobo tiene varios usos tradicionales y culturales. Algunos de los usos más comunes son:

1. Alimentación animal: Las algarrobas son utilizadas como alimento para el ganado en la Alpujarra. Los agricultores recolectan las vainas y las utilizan como suplemento alimenticio para animales, especialmente para cabras y ovejas.
2. Fertilizante y mejorador de suelos: Las vainas de algarrobo también se utilizan como fertilizante orgánico y mejorador de suelos en la agricultura de la Alpujarra. Debido a su contenido de nutrientes, las vainas de algarrobo se incorporan al suelo para enriquecerlo y mejorar su calidad.

3. Artesanía: En la Alpujarra, las vainas de algarrobo también se utilizan en la artesanía tradicional. Se pueden utilizar para hacer objetos decorativos, como collares, pulseras, cestas y otros productos artesanales.
4. Combustible: En algunas áreas de la Alpujarra, la madera del algarrobo se utiliza como combustible para la calefacción en hogares y chimeneas.

Además de estos usos tradicionales, el algarrobo también es apreciado por su valor estético en la Alpujarra. Los árboles de algarrobo proporcionan sombra y paisajes pintorescos en la región, y forman parte importante de su identidad cultural y paisajística.

ALGARROBO: CREACIÓN DE UN VIVERO

Un vivero es un lugar o establecimiento donde se cultivan y se venden plantas, ya sea para uso ornamental, forestal, agrícola o de jardinería. Los viveros son espacios dedicados a la producción y cuidado de plantas desde su etapa inicial, como semillas o esquejes, hasta su desarrollo como plantas jóvenes o incluso adultas listas para ser trasplantadas.

En él, se proporcionan las condiciones adecuadas para el crecimiento de las plantas, incluyendo luz, agua, nutrientes y protección contra plagas y enfermedades. Los viveros pueden contar con invernaderos, áreas de sombra o estructuras especiales para controlar y optimizar el ambiente en el que se cultivan las plantas.

Para establecer un vivero de algarrobo, puedes seguir los siguientes pasos:

1. Investigación y planificación:
 - Investigación sobre las características del algarrobo, sus requerimientos de crecimiento, propagación y cuidado.
 - Determina el propósito de tu vivero de algarrobo, ya sea para producción comercial, reforestación u otros objetivos.
 - Elabora un plan de negocio que incluya aspectos como el tamaño del vivero, los recursos necesarios, los costos de producción y comercialización, así como la viabilidad económica del proyecto.
2. Espacio y preparación del terreno:
 - Encuentra un terreno adecuado con suficiente espacio para albergar el vivero y el crecimiento de las plántulas de algarrobo.

- Prepara el suelo adecuadamente, asegurándote de que sea fértil y que drenen de manera correcta para promover un buen crecimiento de las plantas.
3. Obtención de semillas o plántones:
- Obtén semillas de algarrobo de proveedores confiables o recolecta semillas de árboles maduros de algarrobo en tu área.
 - Si prefieres acelerar el proceso, puedes adquirir plántones de algarrobo en viveros especializados.
4. Germinación y propagación:
- Siembra las semillas en macetas o bandejas de germinación llenas de un sustrato adecuado, proporcionándoles la cantidad adecuada de agua y luz.
 - Mantén las condiciones óptimas de temperatura y humedad para promover la germinación y el crecimiento inicial de las plántulas.
 - Realiza trasplantes cuando las plántulas alcancen un tamaño adecuado a macetas más grandes o a campo abierto.
5. Cuidado y mantenimiento:
- Proporciona riego regular y adecuado, evitando tanto el exceso como la falta de agua.
 - Controla y previene enfermedades y plagas mediante prácticas de manejo integrado de plagas.
 - Realiza podas regulares para promover un crecimiento saludable y una buena formación de las plántulas.
6. Preparación para la venta o trasplante:
- Cuando las plántulas alcancen un tamaño y desarrollo adecuados, estarán listas para su venta o para el trasplante en el campo.
 - Prepara las plántulas para su comercialización, etiquetándolas y empacándolas adecuadamente si es necesario.

FÁBRICA TRANSFORMACIÓN EN PIENSO

En cuanto a la producción del pienso para animales, la harina de algarroba puede ser utilizada como parte de la formulación de un pienso casero para animales.

Una de las posibles recetas a seguir será:

Ingredientes:

- Harina de algarroba
- Otros ingredientes de pienso, como granos, semillas, legumbres, etc.
- Suplementos nutricionales específicos para el tipo de animal (si es necesario)

Pasos a seguir para ello:

1. En primer lugar, asegúrate de tener harina de algarroba de buena calidad. Puedes adquirirla en tiendas especializadas en alimentos naturales o en línea.
2. Mezcla la harina de algarroba con otros ingredientes de pienso adecuados para el tipo de animal al que se destina. Puedes utilizar granos, como maíz, trigo, avena; semillas, como girasol o cáñamo; y legumbres, como frijoles o lentejas. La proporción de cada ingrediente dependerá de las necesidades nutricionales del animal y su especie.
3. Si es necesario, agrega suplementos nutricionales específicos para el tipo de animal que estás alimentando. Estos suplementos pueden incluir minerales, vitaminas o aminoácidos que ayuden a cubrir los requerimientos nutricionales particulares del animal.
4. Mezcla todos los ingredientes hasta obtener una mezcla homogénea. Puedes hacerlo a mano o utilizar un mezclador o procesador de alimentos, dependiendo de la cantidad de pienso que estés preparando.
5. Almacenamiento: Guarda el pienso en un recipiente hermético para protegerlo de la humedad y los insectos. Guárdalo en un lugar fresco y seco.

En cuanto a las vainas de algarrobo **como alimento para cabras**, estas son una buena fuente de fibra, proteínas y energía para las cabras. También contienen minerales como calcio, fósforo y potasio. Sin embargo, es importante tener en cuenta que las vainas de algarroba tienen un contenido relativamente alto de azúcares, por lo que se deben suministrar con moderación para evitar problemas de salud en las cabras, será posible utilizarlo como un complemento alimenticio ocasional, pero no deben constituir la principal fuente de alimentación.

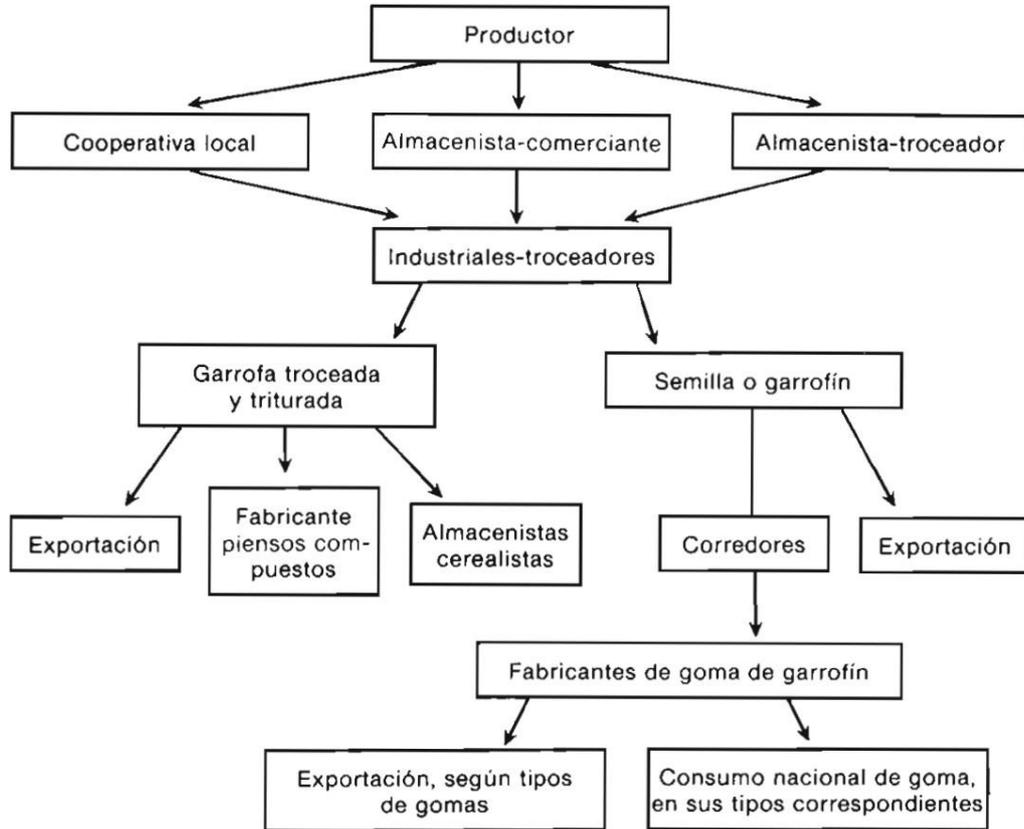
En cuanto a la preparación de esta, estas deben ser procesadas antes de dárselas a las cabras. Generalmente, se secan y se muelen para obtener harina de algarroba, que es más fácil de manejar y administrar. La harina de algarroba puede mezclarse con otros alimentos o ser ofrecida directamente a las cabras.

TRANSFORMACION ALGARROBA EN PIENSO EN FÁBRICA

La producción de pienso para animales con algarroba en fábricas generalmente sigue los siguientes pasos:

1. Obtención y procesamiento de la algarroba: La algarroba es una leguminosa que se utiliza como ingrediente en la fabricación de pienso. Se recolectan las vainas maduras de algarroba y se procesan para extraer la pulpa y las semillas.
2. Trituración y molienda: La pulpa de algarroba se tritura y muele para obtener un polvo fino. Esto se puede lograr mediante el uso de molinos o equipos de trituración adecuados.
3. Mezcla de ingredientes: En una fábrica de pienso, se prepara una mezcla de ingredientes que incluye la algarroba en polvo junto con otros componentes como cereales, proteínas, vitaminas, minerales y aditivos específicos según las necesidades nutricionales de los animales objetivo.
4. Proceso de extrusión o peletización: La mezcla de ingredientes se somete a un proceso de extrusión o peletización. En el caso de la extrusión, la masa se pasa a través de una extrusora, donde se calienta y se somete a alta presión para formar pequeños gránulos. En el caso de la peletización, la masa se prensa y se moldea en forma de pequeños pellets.
5. Secado y enfriamiento: Los gránulos o pellets se secan para eliminar la humedad y luego se enfrían para evitar que se peguen entre sí.
6. Tamizado y clasificación: Los gránulos o pellets se tamizan y se clasifican para obtener un tamaño y forma uniformes, eliminando cualquier partícula indeseada o de tamaño inadecuado.
7. Envasado y almacenamiento: El pienso se envasa en bolsas, sacos o contenedores adecuados para su almacenamiento y distribución. Es importante asegurarse de que los envases estén sellados de forma segura para mantener la calidad y la frescura del pienso.

COMERCIALIZACIÓN DE ESTE



Esquema tipo de la comercialización de la garrofa.

En cuanto a las empresas que se encuentran en la zona de Granada que se dedican al cuidado y tratado del algarrobo, encontramos:

<u>18/40515</u>	PIENSOS Y CEREALES HNOS. MORENO, S. L.	Calle Av. de América, 1, 18320 Santa Fe, Granada	958430751	18220	Alhama de Granada	Santa Fe
<u>18/41061</u>	R-H, C. B.	Calle Pilar, 11, Vélez de Benaudalla	958950721	18670	Granada	Velez de venaudalla
<u>18/41022</u>	CEREALES MACOB, S. L.	Paraje Los Llanos, 18369 Villanueva Mesía, Granada	958444015	18369	Villanueva Mesía	Villanueva Mesía
<u>18/41552</u>	Cereales JUAN PEDRO PÉREZ CASTRO	Av. América, 40, BAJO, 18369 Villanueva Mesía	958444085	18369	Villanueva Mesía	Villanueva Mesía

En cuanto a las razones por las que hemos escogido el algarrobo para un vivero, para ello se han tenido en cuenta diversos factores. Esta planta es capaz de aguantar condiciones de sequía a la que estamos expuestos a causa de la falta de lluvias en la zona, pero además, el alimento para el ganado de la zona alpujarreña y Contraviesa, así como en los alrededores de la provincia granadina (como pueden ser sus provincias colindantes: Málaga, Jaén y Almería), es una necesidad, puesto que existen muchos ganaderos dedicados únicamente a ello (sobre todo con ganadería caprina, aunque también otras) y que deben de alimentar al pasto, siendo esta planta una buena opción a su vez por su completa aportación nutricional.

Además de ello, actualmente el coste del pienso es muy elevado debido a su procedencia, la cual proviene de terceros países (siendo los principales Brasil y Ucrania) y que se complica debido a los gastos de gestión y comercialización, además del transporte hasta la zona.

Por ello, una muy buena idea sería un vivero, el cual seleccione los mejores materias vegetarles de la zona para plantarlos en este, existiendo así una buena producción de pienso y otros productos de muy buena calidad tanto para la ganadería caprina como para la que lo necesite, puesto que tampoco crea residuos y podría también a su vez crearse un mercado circular.

Además, como se ha dicho anteriormente, también se podría comercializar con las provincias limitantes y no únicamente en la zona de Granada, debido a que tanto Almería como Jaén y Málaga se dedican a ello numerosamente , y además, no existe por la zona ningún tipo de vivero de este tipo, por lo que tendríamos el mercado la completo en cuanto a comercialización de este y nos encontraríamos sin competencia en el mercado debido a lo dicho anteriormente.

En cuanto al ganado caprino:

EXISTENCIAS DE GANADO CAPRINO							
Análisis provincial del censo de animales por tipos, noviembre 2022 (número de animales)							
	Total	Chivos	Sementales	Hembras para vida			
				Que nunca han parido		Que ya han parido	
				No cubiertas	Cubiertas	Ordeño	No ordeño
Almería	144.618	27.597	4.376	6.759	13.517	82.287	10.082
Cádiz	118.951	32.086	3.180	9.205	10.042	61.242	3.196
Córdoba	59.804	15.302	1.790	4.698	4.271	28.229	5.514
Granada	144.830	30.209	4.754	6.592	12.085	63.286	27.904
Huelva	51.432	9.946	1.622	1.993	5.980	18.680	13.210
Jaén	51.294	10.288	1.952	4.686	6.639	17.269	10.460
Málaga	200.433	37.881	5.435	4.714	29.852	117.643	4.909
Sevilla	146.037	32.420	3.780	6.590	15.377	81.969	5.900
Andalucía	917.399	195.729	26.889	45.238	97.763	470.604	81.176

Censo de ganado caprino noviembre 2022

Como puede verse en la tabla anterior, el total del año pasado de censo de ganado caprino en Granada fue de 144.830 siendo uno de los mayores junto con Almería, de 144.618, además del mayor, el cual es Málaga, teniendo un total de 200.433. Además también sumaríamos como cercano a Jaén que, a pesar de no ser tan numeroso, si que su cercanía podría sumar al total de compradores de este vivero, siendo un total de 51.294. Por tanto, el año 2022 en noviembre habrían existido un total de aproximadamente 530.000 compradores, además de no existir competencia, puesto que actualmente proviene de Ucrania principalmente. Principalmente nos hemos centrado en el censo de ganado caprino, pero también existen otros tipos que podrían alimentarse de este pienso creado en el vivero, así como de la semilla como tal y cuyos censos mostraremos a continuación:

En cuanto al ganado bovino:

EXISTENCIAS DE GANADO BOVINO													
Análisis provincial del censo de animales por tipos, noviembre 2022 (número de animales)													
Provincia	Total	Animales menores de 12 meses			Animales de 12 a menos de 24 meses				Animales de 2 o más años				
		Sacrificio	Otros		Machos	Hembras		Machos	Hembras				
			Machos	Hembras		Sacrificio	Reposición		Sacrificio	Resto	Novillas	Lecheras	Vacas
Almería	2.328	1.011	110	162	139	102	141	29	1	20	459	154	
Cádiz	118.581	14.409	6.432	11.050	4.365	2.054	7.056	6.615	312	4.244	3.941	58.103	
Córdoba	155.342	13.850	6.051	19.622	1.879	2.180	14.905	3.013	217	4.323	37.494	51.809	
Granada	21.625	3.477	439	2.637	774	447	2.176	403	33	616	4.855	5.768	
Huelva	72.107	5.046	4.129	6.978	1.524	781	4.905	3.713	226	3.007	4	41.794	
Jaén	27.730	2.404	1.484	3.040	1.318	433	2.423	2.049	92	1.287	2.275	10.925	
Málaga	12.915	2.147	558	1.199	371	334	866	482	34	482	1.168	5.273	
Sevilla	102.494	13.383	5.596	9.674	4.953	2.112	7.129	6.120	257	3.678	6.640	42.953	
Andalucía	513.122	55.727	24.798	54.363	15.323	8.443	39.600	22.424	1.172	17.657	56.836	216.779	

En cuanto al ganado porcino:

TOTAL PORCINO													
Análisis provincial del censo de animales por tipos, Andalucía noviembre de 2022													
Provincia	Total animales	Lechones	Cerdos de 20-49 kg (peso vivo)	Cerdos en ceba			Verracos	Total Cerdos Reproductoras	Nunca han parido		Han parido		
				Total cerdos de ceba (peso vivo)	De 50-79 kg	De 80-109 kg			> 109 kg	Cerdas todavía no cubiertas	Cerdas cubiertas por 1ª vez	Cerdas cubiertas más veces	Cerdas criando o en reposo
Almería	866.523	307.972	420.985	216.605	230.657	193.129	0	380	29.203	6.128	5.922	27.332	6.833
Cádiz	59.871	9.094	1.668	21.772	3.304	4.446	0	48	8.409	331	355	1.637	409
Córdoba	277.760	20.246	12.917	156.736	1.777	6.507	0	104	25.072	918	963	4.442	1.115
Granada	354.068	338.838	96.393	74.930	59.665	63.647	0	642	50.293	11.129	12.066	55.644	13.911
Huelva	201.400	2.814	0	97.996	4	8	0	8	21.813	270	293	1.350	338
Jaén	150.987	84.816	60.517	41.116	27.143	41.830	0	196	19.463	3.196	3.463	15.982	3.995
Málaga	341.539	217.014	184.471	94.484	78.715	92.321	0	454	35.274	7.318	7.928	36.590	9.148
Sevilla	648.725	247.730	252.525	280.788	133.569	134.637	0	540	51.331	8.493	9.201	42.454	10.616
ANDALUCÍA	2.760.873	1.318.324	1.029.455	984.408	934.883	938.533	0	2.372	240.858	37.784	40.179	183.442	46.385

PORCINO IBÉRICO													
Análisis provincial del censo de animales por tipos, Andalucía noviembre de 2022													
Provincia	Total animales	Lechones	Cerdos de 20-49 kg (peso vivo)	Cerdos en ceba			Verracos	Total Cerdos Reproductoras	Nunca han parido		Han parido		
				Total cerdos de ceba (peso vivo)	De 50-79 kg	De 80-109 kg			> 109 kg	Cerdas todavía no cubiertas	Cerdas cubiertas por 1ª vez	Cerdas cubiertas más veces	Cerdas criando o en reposo
Almería	21.849	3.295	7.692	4.697	282	840	3.575	70	6.095	731	792	3.657	914
Cádiz	49.225	7.932	15.947	17.897	4.140	3.369	10.388	406	7.043	704	759	3.819	1.762
Córdoba	253.265	33.594	44.290	152.594	18.448	22.721	111.424	1.435	21.353	2.115	2.330	10.546	6.362
Granada	28.096	1.799	9.079	13.264	5.103	4.946	3.216	31	3.923	469	508	2.350	596
Huelva	198.058	32.965	45.752	97.992	17.059	11.499	69.434	1.461	20.898	1.992	2.148	10.219	6.329
Jaén	30.514	6.184	11.512	6.625	1.383	2.074	3.168	48	6.145	733	793	3.669	951
Málaga	24.559	5.473	5.245	6.945	1.546	724	6.675	113	4.782	504	539	2.669	1.070
Sevilla	228.838	24.311	41.171	146.686	22.821	16.012	107.854	726	15.944	1.514	1.735	8.408	4.288
ANDALUCÍA	835.204	115.553	180.688	448.700	70.782	62.185	315.734	4.290	65.973	8.761	9.605	45.335	22.272

PORCINO NO IBÉRICO													
Análisis provincial del censo de animales por tipos, Andalucía noviembre de 2022													
Provincia	Total animales	Lechones	Cerdos de 20-49 kg (peso vivo)	Cerdos en ceba			Verracos	Total Cerdos Reproductoras	Nunca han parido		Han parido		
				Total cerdos de ceba (peso vivo)	De 50-79 kg	De 80-109 kg			> 109 kg	Cerdas todavía no cubiertas	Cerdas cubiertas por 1ª vez	Cerdas cubiertas más veces	Cerdas criando o en reposo
Almería	644.674	198.986	210.482	211.908	115.343	96.564	0	190	23.108	3.064	2.961	13.866	3.417
Cádiz	10.646	4.547	834	3.875	1.652	2.223	0	24	1.366	166	177	818	205
Córdoba	24.495	10.123	6.459	4.142	889	3.254	0	52	3.719	459	481	2.221	557
Granada	325.972	169.419	48.196	61.666	29.842	31.823	0	321	46.370	5.564	6.028	27.822	6.956
Huelva	2.542	1.407	0	6	2	4	0	4	1.125	135	146	675	169
Jaén	120.473	42.308	30.258	34.491	13.571	20.919	0	98	13.316	1.598	1.731	7.991	1.995
Málaga	316.980	108.507	92.238	85.518	39.358	46.161	0	227	30.492	3.659	3.964	18.295	4.574
Sevilla	419.887	123.865	126.262	134.103	66.784	67.318	0	270	35.387	4.246	4.600	21.232	5.308
ANDALUCÍA	1.865.669	659.162	514.728	535.708	267.442	268.267	0	1.186	154.885	18.892	20.690	92.721	23.182

En cuanto al ganado ovino:

EXISTENCIAS DE GANADO OVINO								
Análisis provincial del censo de animales por tipos, noviembre 2022 (número de animales)								
Provincias	Total	Corderos	Sementales	Hembras para vida				
				Nunca han parido		Que ya han parido		
				No cubiertas	Cubiertas por 1ª vez	Ordeño	No ordeño	Ordeño
Almería	160.487	30.304	5.207	12.498	244	11.004	2.198	99.033
Cádiz	102.205	22.930	2.804	3.824	522	5.596	5.681	60.849
Córdoba	574.397	115.506	16.118	22.139	943	43.334	8.022	368.335
Granada	333.033	80.914	8.154	24.397	936	33.219	5.082	180.332
Huelva	204.330	37.509	6.017	9.648	1.811	15.877	13.666	119.802
Jaén	201.410	44.605	5.323	10.604	388	14.760	3.226	122.504
Málaga	156.179	26.950	4.161	10.005	609	16.901	3.398	94.155
Sevilla	322.821	55.321	9.970	25.753	633	25.120	5.068	200.956
Andalucía	2.054.862	414.039	57.754	118.867	6.086	165.811	46.340	1.245.965

ANEXO VIII INFORMACIÓN HIGO

Las higueras (*Ficus carica*) son árboles frutales de la familia de las Moráceas. A continuación, se describen algunas características físicas de las higueras:

1. **Tamaño y forma:** Las higueras son árboles de tamaño mediano a grande, que pueden alcanzar alturas de 3 a 10 metros, dependiendo de la variedad y las condiciones de crecimiento. Tienen un tronco corto y grueso, con ramas extendidas y copa redondeada.
2. **Hojas:** Las hojas de la higuera son grandes y de forma lobulada. Son alternas, simples y con bordes dentados. Tienen una textura áspera y son de color verde oscuro en el haz y más claro en el envés. Las hojas son características de la higuera y se utilizan en la identificación de la especie.
3. **Tronco y corteza:** El tronco de la higuera es de color marrón claro a grisáceo, con una textura rugosa y fisuras. A medida que el árbol envejece, la corteza puede desprenderse en placas o escamas, revelando una capa interna de color más claro.
4. **Flores:** Las flores de la higuera son pequeñas y se desarrollan dentro de una estructura llamada sicono. Los siconos son inflorescencias en forma de higo que crecen en las ramas y el tronco del árbol. Cada sicono contiene numerosas flores diminutas que no son fácilmente visibles desde el exterior.
5. **Frutos:** Los frutos de la higuera son los higos, que son siconos maduros. Los higos son frutas de forma ovalada o redondeada, con una piel suave y delgada que puede ser de diferentes colores, como verde, morado, marrón o negro, dependiendo de la variedad y el grado de madurez. El interior del higo contiene una pulpa dulce y jugosa, con pequeñas semillas.
6. **Raíces:** Las higueras tienen un sistema de raíces extenso y profundo, que les permite obtener los nutrientes y el agua necesarios para su crecimiento. Además, las raíces pueden formar raíces adventicias que se desarrollan a partir de los tallos o ramas y pueden crecer hacia abajo para buscar agua en climas secos.

Los higos son frutas que provienen de la higuera (*Ficus carica*). Son conocidos por su forma distintiva y su sabor dulce y jugoso. A continuación, se proporciona más información sobre los higos:

1. **Aspecto:** Los higos son frutas de forma ovalada o redondeada, con una piel suave y delgada. El color de la piel varía según la variedad y el grado de madurez, pudiendo ser verde, morado, marrón o negro. Algunos higos también pueden tener manchas o vetas en la piel.
2. **Textura y pulpa:** La pulpa del higo es suave y jugosa, con una consistencia similar a la de un melocotón maduro. La textura puede variar según la variedad, desde una pulpa firme hasta una pulpa más suave y cremosa. En el interior del higo, hay pequeñas semillas comestibles que a menudo pasan desapercibidas debido a su tamaño y suavidad.
3. **Sabor:** Los higos tienen un sabor distintivo y dulce. La dulzura varía según la variedad y el grado de madurez. Los higos maduros tienden a ser más dulces y suaves, mientras que los higos menos maduros pueden tener un sabor más ácido o menos dulce. Algunas variedades de higos también tienen sabores adicionales, como notas de miel o frutos secos.
4. **Nutrientes:** Los higos son una buena fuente de nutrientes. Son ricos en fibra dietética, lo que puede ayudar a la digestión y mantener un sistema digestivo saludable. También contienen vitaminas y minerales, como vitamina K, vitamina B6, potasio y calcio.
5. **Usos culinarios:** Los higos se pueden consumir frescos o utilizarse en una variedad de preparaciones culinarias. Se pueden comer solos como una fruta de mano, agregarse a ensaladas, quesos o platos de carne, y utilizarse en la elaboración de postres, como tartas, pasteles, mermeladas o helados. Además, los higos también se pueden secar para conservar su sabor y disfrutarlos durante todo el año.

Es importante tener en cuenta que los higos son frutas altamente perecederas y su vida útil es limitada, por lo que es recomendable consumirlos o utilizarlos pronto después de su recolección o compra.

Sobre su clasificación botánica, en concreto su ecología, las higueras (*Ficus carica*) son árboles que se adaptan bien a climas cálidos y mediterráneos. A continuación, se describen las características ecológicas de las higueras en relación con el clima y la temperatura:

1. Clima: Las higueras prefieren climas cálidos y soleados. Son nativas de regiones con veranos calurosos y secos, como el Mediterráneo, el norte de África y el suroeste de Asia. Son capaces de resistir altas temperaturas y pueden tolerar períodos de sequía moderada. Sin embargo, también pueden adaptarse a climas más frescos, siempre y cuando no sean extremadamente fríos.
2. Temperatura: Las higueras tienen cierta resistencia al frío, pero tienen limitaciones en cuanto a las bajas temperaturas. Se estima que las higueras pueden tolerar temperaturas mínimas de alrededor de $-10\text{ }^{\circ}\text{C}$ a $-12\text{ }^{\circ}\text{C}$ durante períodos cortos. Sin embargo, las temperaturas bajo cero prolongadas o las heladas severas pueden dañar o matar los árboles. Por lo tanto, las higueras se encuentran principalmente en áreas donde las temperaturas invernales no son extremadamente frías.
3. Estacionalidad: Las higueras son árboles de hoja caduca, lo que significa que pierden sus hojas durante el invierno. Durante los meses más fríos, entran en un estado de dormancia y se detiene su crecimiento. En primavera, cuando las temperaturas aumentan y el clima se vuelve más favorable, las higueras brotan nuevas hojas y flores.
4. Suelo: Las higueras pueden crecer en diferentes tipos de suelos, siempre y cuando sean bien drenados. Prefieren suelos fértiles, sueltos y ricos en materia orgánica. No toleran suelos anegados o con encharcamiento, ya que esto puede causar problemas de raíces y pudrición.

En resumen, las higueras prosperan en climas cálidos, soleados y mediterráneos, con veranos calurosos y secos. Aunque pueden tolerar algunas bajas temperaturas, son sensibles a las heladas severas y prefieren evitar climas extremadamente fríos. Un buen drenaje del suelo y suelos fértiles son factores importantes para su crecimiento saludable.

Sobre su información nutricional, los higos son frutas nutritivas y contienen una variedad de nutrientes beneficiosos para la salud. A continuación se presenta la información nutricional aproximada para una porción de 100 gramos de higos frescos:

- Calorías: 74 kcal
- Carbohidratos: 19 gramos
- Fibra dietética: 2.9 gramos
- Azúcares: 16 gramos
- Grasas: 0.3 gramos
- Proteínas: 0.8 gramos
- Vitamina A: 3% de la ingesta diaria recomendada (IDR)
- Vitamina C: 2% de la IDR
- Vitamina K: 3% de la IDR
- Calcio: 3% de la IDR
- Hierro: 2% de la IDR
- Potasio: 232 mg

Es importante tener en cuenta que los valores nutricionales pueden variar ligeramente dependiendo de la variedad y el grado de madurez de los higos. Los higos también contienen otros compuestos beneficiosos como antioxidantes, fitoquímicos y enzimas digestivas.

Los higos son una buena fuente de fibra dietética, lo que puede ayudar a mantener un sistema digestivo saludable y regular. También contienen antioxidantes, como polifenoles, que pueden ayudar a proteger el cuerpo contra el daño de los radicales libres.

Sin embargo, debido a su contenido de azúcar natural, los higos también son relativamente altos en calorías y azúcares en comparación con algunas otras frutas. Por lo tanto, es importante consumirlos con moderación como parte de una dieta equilibrada.

Es relevante mencionar que la información nutricional puede variar ligeramente dependiendo de la fuente y la variedad específica de higos. Siempre es recomendable consultar fuentes confiables y específicas para obtener información nutricional precisa.

En cuanto a la información nutricional de higos secos, aquí está la información nutricional actualizada para una porción de 100 gramos de higos secos:

- Calorías: 249 kcal
- Carbohidratos: 66 gramos
- Fibra dietética: 9 gramos
- Azúcares: 47 gramos
- Grasas: 1 gramo

- Proteínas: 3 gramos
- Vitamina A: 1% de la ingesta diaria recomendada (IDR)
- Vitamina C: 1% de la IDR
- Vitamina K: 6% de la IDR
- Calcio: 16% de la IDR
- Hierro: 10% de la IDR
- Potasio: 680 mg

Los higos secos son una fuente concentrada de energía y contienen una cantidad significativa de carbohidratos, especialmente azúcares naturales. También son ricos en fibra dietética, lo que puede ser beneficioso para la digestión y la salud intestinal. Además, los higos secos contienen cantidades moderadas de calcio, hierro y potasio, que son nutrientes esenciales para el cuerpo.

Es importante tener en cuenta que los higos secos son relativamente altos en calorías debido a su contenido concentrado de azúcares naturales. Por lo tanto, se recomienda consumirlos con moderación como parte de una dieta equilibrada.

Sobre los usos más comunes del higo fresco...

El higo fresco es una fruta versátil y deliciosa que se puede disfrutar de diversas formas. A continuación se mencionan algunos de los usos más comunes del higo fresco:

1. Consumo directo: Los higos frescos se pueden comer directamente, ya sea solos o como parte de una ensalada de frutas. Tienen un sabor dulce y jugoso que los hace deliciosos como bocadillo o postre.
2. Postres: Los higos frescos son un ingrediente popular en la preparación de postres. Se pueden utilizar en la elaboración de tartas, pasteles, crumbles, helados, mermeladas y compotas. También se pueden asar o caramelizar para realzar su sabor y servir como acompañamiento de postres.
3. Ensaladas: Los higos frescos aportan un toque dulce y jugoso a las ensaladas. Se pueden agregar a ensaladas verdes o combinar con ingredientes como queso de cabra, nueces, hojas de menta o hierbas frescas para crear ensaladas sabrosas y refrescantes.

4. Quesos y tablas de quesos: Los higos frescos combinan muy bien con una variedad de quesos, especialmente quesos suaves y cremosos. Se pueden servir en tablas de quesos junto con otros ingredientes como frutos secos, miel y crackers.
5. Platos salados: Los higos frescos también se pueden utilizar en platos salados. Se pueden agregar a pizzas, tartaletas saladas, quesadillas o servir como acompañamiento de carnes asadas o asadas.
6. Conservas: Los higos frescos se pueden conservar en forma de mermeladas, jaleas o chutneys. Estas conservas se pueden disfrutar en panes, tostadas, quesos o como condimento para platos salados.

Recuerda que la disponibilidad de higos frescos puede variar según la temporada y la región geográfica. Es mejor consumir los higos frescos cuando están maduros y en su punto óptimo de dulzura.

En cuanto a los usos más comunes del higo seco, los higos secos son una fruta deliciosa y versátil que se puede utilizar de diversas maneras. Aquí tienes algunos de los usos más comunes de los higos secos:

1. Snack: Los higos secos se pueden disfrutar como un snack saludable y energético. Puedes comerlos solos o combinarlos con nueces, almendras u otros frutos secos para obtener un snack más nutritivo.
2. Repostería: Los higos secos se utilizan ampliamente en la repostería. Se pueden agregar a panes, pasteles, galletas, magdalenas y otros productos horneados para agregarles dulzura, textura y sabor.
3. Platos salados: Los higos secos también se pueden incorporar en platos salados. Se pueden añadir a ensaladas, platos de arroz, guisos, estofados y salsas para darles un toque de dulzor y complejidad de sabor.
4. Rellenos: Los higos secos se pueden utilizar como relleno en diversos platos. Por ejemplo, se pueden rellenar carnes, aves de corral o vegetales para aportarles sabor y jugosidad extra.

5. Quesos y charcutería: Los higos secos son un excelente acompañamiento para quesos y embutidos. Se pueden servir en tablas de quesos junto con una selección de quesos variados, nueces y miel.
6. Salsas y aderezos: Los higos secos se pueden procesar y convertir en salsas y aderezos para agregar sabor a platos como carnes, ensaladas o postres.
7. Infusiones y bebidas: Los higos secos se pueden utilizar para preparar infusiones o té de sabor dulce. También se pueden añadir a batidos, smoothies o cócteles para darles un toque especial.

Recuerda que los higos secos son concentrados en azúcares naturales, por lo que es importante consumirlos con moderación. Además, es posible que necesiten ser remojados antes de usarlos en ciertas recetas para suavizar su textura y rehidratarlos.

Sobre los usos en la cosmología, el higo también tiene algunos usos en la cosmética debido a sus propiedades beneficiosas para la piel y el cabello. A continuación se mencionan algunos de los posibles usos del higo en la cosmética:

1. Cuidado de la piel: El higo contiene antioxidantes, vitaminas y minerales que pueden ayudar a nutrir e hidratar la piel. Se pueden utilizar extractos de higo o aceite de higo en productos para el cuidado de la piel, como cremas hidratantes, lociones corporales, mascarillas faciales y sueros, para proporcionar hidratación y protección antioxidante.
2. Exfoliación: Los higos contienen enzimas naturales que pueden ayudar a exfoliar suavemente la piel, eliminando las células muertas y promoviendo la renovación celular. Los extractos de higo se pueden incluir en exfoliantes faciales o corporales para obtener una exfoliación suave y mejorar la textura de la piel.
3. Tratamiento capilar: El higo contiene nutrientes beneficiosos para el cabello, como vitamina C, vitamina E, cobre y zinc. Los productos capilares, como champús, acondicionadores o mascarillas capilares, que contienen extractos de higo pueden ayudar a fortalecer el cabello, hidratar el cuero cabelludo y mejorar la salud general del cabello.

4. Protección solar: Algunos estudios sugieren que los higos contienen compuestos que pueden tener propiedades fotoprotectoras, ayudando a proteger la piel de los dañinos rayos UV. Aunque no reemplazan el uso de protector solar, los productos para el cuidado de la piel que contienen extractos de higo pueden ayudar a fortalecer la barrera cutánea y brindar cierta protección adicional contra los efectos nocivos del sol.

Es importante tener en cuenta que la efectividad de los productos cosméticos a base de higos puede variar dependiendo de la concentración de los extractos utilizados y de la formulación en general. Siempre es recomendable leer las etiquetas de los productos y buscar aquellos que contengan ingredientes naturales de calidad. Además, es posible que algunas personas sean alérgicas a los higos, por lo que se recomienda realizar una prueba de sensibilidad en la piel antes de usar productos cosméticos que los contengan.

En cuanto a los usos termacológicos, los higos han sido utilizados tradicionalmente en la medicina popular para diversos fines terapéuticos. Aunque no existe una base científica sólida que respalde estas afirmaciones, se cree que los higos pueden tener ciertos beneficios para la salud. A continuación se mencionan algunos de los posibles usos terapéuticos atribuidos a los higos:

1. Digestión: Los higos se han utilizado tradicionalmente para aliviar problemas digestivos como el estreñimiento. Se cree que su contenido de fibra dietética y enzimas naturales puede ayudar a promover el movimiento intestinal y mejorar la regularidad.
2. Control de peso: Debido a su contenido de fibra y su bajo índice glucémico, se ha sugerido que los higos pueden ayudar a controlar el peso corporal y mantener niveles estables de azúcar en la sangre. Sin embargo, se necesita más investigación científica para respaldar estas afirmaciones.
3. Antioxidantes: Los higos contienen antioxidantes como polifenoles y vitamina C, que pueden ayudar a proteger el cuerpo contra el estrés oxidativo y el daño de los radicales libres. Los antioxidantes son conocidos por sus propiedades antiinflamatorias y se cree que pueden tener beneficios para la salud en general.

4. Salud cardiovascular: Algunos estudios preliminares sugieren que los higos pueden tener efectos beneficiosos para la salud cardiovascular. Se ha observado que los extractos de higo tienen propiedades hipotensivas, es decir, pueden ayudar a reducir la presión arterial, aunque se necesitan más investigaciones para confirmar estos efectos.

Es importante tener en cuenta que estos usos terapéuticos no están respaldados por evidencia científica sólida y se basan principalmente en la medicina tradicional y la sabiduría popular. Siempre es recomendable consultar a un profesional de la salud antes de utilizar los higos o cualquier otro producto con fines terapéuticos.

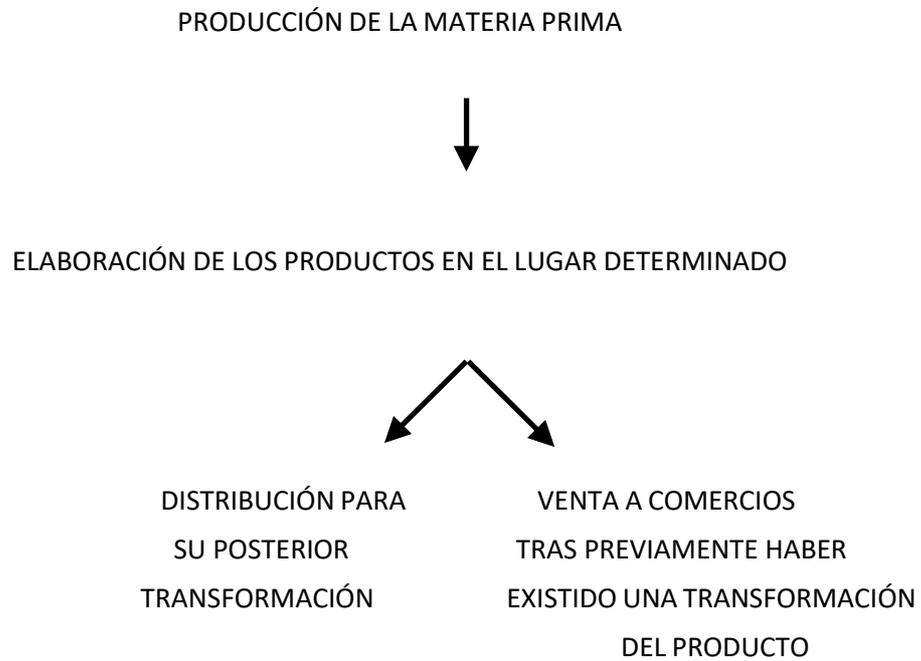
En cuanto a los usos ganaderos, los higos tienen algunas aplicaciones en la alimentación del ganado, principalmente en forma de higos secos o subproductos derivados de los higos. A continuación se mencionan algunos de los posibles usos ganaderos de los higos:

1. Alimentación animal: Los higos secos pueden ser utilizados como parte de la alimentación para el ganado, especialmente para cerdos y aves de corral. Los higos secos son ricos en nutrientes y pueden proporcionar una fuente adicional de energía, proteínas y minerales en la dieta animal.
2. Forraje: Las hojas y ramas de la higuera se pueden utilizar como forraje para el ganado en algunas regiones. Sin embargo, es importante tener en cuenta que las hojas de higuera contienen látex, que puede ser tóxico para ciertos animales en grandes cantidades. Por lo tanto, se recomienda usar las hojas de higuera con precaución y en cantidades adecuadas.
3. Suplemento alimenticio: Algunos subproductos derivados de los higos, como el extracto de higo o el residuo de la producción de higos, pueden ser utilizados como suplementos alimenticios para el ganado. Estos subproductos pueden contener nutrientes beneficiosos y se utilizan para mejorar la salud y el rendimiento del ganado.

Es importante tener en cuenta que la utilización de los higos en la alimentación del ganado puede variar según la disponibilidad y el costo de los productos, así como las prácticas y preferencias locales. Además, es necesario evaluar los posibles efectos adversos o toxicidad antes de introducir los higos o sus subproductos en la dieta animal. Se recomienda consultar a un veterinario o especialista en nutrición animal para obtener orientación específica en cuanto a los usos ganaderos de los higos.

ESTUDIO DE MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN DEL HIGO

El esquema para la distribución de productos será:



ANEXO IX PRODUCTOS TRANSFORMADOS DEL HIGO

PAN DE HIGO

Ingredientes

- 200 g de higos secos
- 50 g de almendras enteras
- 15 ml de vino mistela
- 5 g de anís en grano
- 3 g de canela en polvo
- ralladura de naranja

Preparación:

- Ponemos un cazo con agua a hervir y vamos precalentando el horno a 200°C
- Quitamos el rabito a los higos, troceamos y cocemos en el agua hirviendo durante 3 minutos. Horneamos los higos a 200°C durante 5 minutos para secarlos
- Trituramos hasta hacer una pasta.

Hacemos la masa de higo y almendras

- Picamos la mayor parte de las almendras dejando algunas enteras.
- Mezclamos la pasta de higos con las almendras, la ralladura de naranja, el anís en grano, la mistela y la canela en polvo.
- Ponemos la mitad de la pasta dentro de un aro de metal, y aplastamos bien con las manos o con el fondo de un vaso para darle forma redonda.
- Hacemos lo mismo con la otra mitad de la pasta.
- Envolvemos las dos masas en papel film y dejamos que reposen durante 24 horas.
- Horneamos
- Quitamos el papel film y horneamos en horno precalentado a 150°C durante 30 minutos.
- Sacamos a una rejilla y dejamos enfriar.

HIGO SECO

Preparación:

1. En el proceso de recolectar higos, es posible que encontremos algunos que ya se encuentran secos y otros que estén más blandos. Estos últimos son los que tenemos que apartar del resto para secarlos y conseguir la textura que deseamos de ellos, permitiendo así su conservación.
2. ¿Cómo secar higos en casa? Antes de secar los higos deberás lavarlos muy bien, eliminando toda la tierra y suciedad. Es importante que lo hagas de forma cuidadosa para no dañarlos, recuerda que pueden ser muy blandos. También es importante que tomes en cuenta que los primeros higos que salen, las brevas, suelen ser más grandes y jugosos, por lo que es más oportuno consumirlos frescos. La cosecha de higos que se produce hacia octubre, con menos líquido y más pequeños, son los ideales para secar.
3. La forma más sencilla y práctica de saber cómo secar higos al sol es, una vez seleccionados los que se encuentran en perfecto estado, extenderlos en una malla o cesta muy bien distribuidos y separados al sol. Si planeas hacerlo fuera, por ejemplo en el jardín, puedes cubrirlos con una mosquitera para que los insectos no hagan de las tuyas. Además de calor, los higos necesitan estar en un espacio que reciba buena ventilación. Si cuentan con una temperatura cálida constante, el proceso de secado tomará entre 1 y 3 días, consiguiendo resultados que esperas de forma rápida.
4. Una vez que los higos se encuentren bien secos es importante darles un poco más de calor para conseguir que se conserven de forma adecuada durante todo el año. Una forma fácil de hacerlo es colocando una olla grande con agua a hervir. Una vez que el agua rompa a hervir introduce los higos previamente distribuidos en una rejilla durante cerca de 20 segundos. Velos introduciendo poco a poco, el calor del agua ayudará a eliminar cualquier posible contacto con insectos.
5. Después extiende los higos en una tela o papel absorbente y déjalos un poco al sol para eliminar cualquier residuo de agua. Una vez que hayas terminado ya tendrás tus higos secos y listos para almacenarlos durante todo el invierno.



CAFÉ DE HIGO

Ingredientes

- 6 brevas de higos desecados
- 2 cdas cascarilla de cacao molida
- 2 cdas cacao amargo
- 1 cda harina de algarroba negra
- 6 gotitas esencia de vainilla
- 400 ml agua a 80°C
- endulzante a gusto

Preparación:

1. Se colocan todos los ingredientes en la licuadora a velocidad 2 y listo.
2. Dejar reposar y colar con malla fina. Se endulza con miel o stevia y voalá. Si acompaña postres dulces se puede beber sin endulzar.
3. Se puede guardar en heladera. Servir con leche vegetal. Es riquísimo de todas formas.

VINO DE HIGO

Preparación:

Mediante la maceración de higos secos en un líquido a base de agua, metabisulfito de potasa ($K_2S_2O_5$) y ácido sulfúrico (H_2SO_4), para posteriormente realizar la fermentación del líquido obtenido después de separar los higos secos, mediante la incorporación de levadura en polvo, conjuntamente con amoníaco (NH_3) o sales de amoníaco.

MERMELADA DE HIGO

Ingredientes

- 1 Kg. de higos maduros
- 400 g. de azúcar (podéis emplear 200 g. de azúcar blanquilla y 200 g. de azúcar moreno)
- el zumo de un limón

Antes de hacer la mermelada. Los higos

1. Al ser una fruta muy dulce voy a utilizar un menor porcentaje de azúcar que con otras mermeladas de fruta. El zumo de limón nos ayudará a potenciar el sabor y también nos ayudará en la conservación de la mermelada.

2. Antes de ponerlos a elaborar la mermelada, debéis de pensar dónde y cómo la vais a conservar. Con un kilo de higos tendremos para unos 3-4 botes de cristal, tamaño mediano. Es importante que antes de llenarlos de mermelada estén perfectamente esterilizados, al igual que sus tapas.
3. Este proceso podéis hacerlo directamente lavándolos en el lavavajillas, o si no meterlos en una olla con agua hirviendo durante 10-15 minutos. Luego los retiramos, secamos y reservamos hasta el momento de llenarlos.

Preparación:

1. Limpiamos con cuidado los higos con un papel de cocina. Les quitamos el rabito superior y los pelamos, los que se dejen... Algunos estarán bastante maduros y es mejor dejarlos tal cual, un poco de su piel no le hará mal a la mermelada.
2. Los cortamos en cuartos y los echamos a una cazuela. Añadimos el zumo de un limón y el azúcar. Mezclamos y ponemos a fuego medio-alto. Cuando comience a hervir, bajamos a fuego bajo y cocinamos unos 30 minutos.
3. El tiempo total dependerá también del punto de madurez de los higos. Si están menos maduros, necesitarán más minutos de cocción. Poco a poco, la fruta se irá deshaciendo y la mermelada irá cogiendo la textura que queremos, más o menos espesa. De vez en cuando, la removemos para ir rompiendo los pedazos de higo más grandes.
4. El punto final de la mermelada la podéis adaptar a vuestro gusto, con más o menos tropezones de fruta. Si la queréis más homogénea, dadle un toque de batidora o pasadla por un chino.

TARTA TARTÍN DE HIGOS (O DE BREVAS)

Ingredientes

- Higos o brevas 9
- Azúcar (para el caramelo) 50 g
- Agua (para el caramelo) 30 ml
- Mantequilla (para el caramelo) 25 g
- Harina de trigo (para la masa) 100 g
- Mantequilla muy fría (para la masa) 50 g
- Azúcar (para la masa) 25 g
- Agua muy fría (para la masa) 45 ml

Preparación:

En un recipiente horno mezclamos la harina, el azúcar y la mantequilla cortada en dados. Trabajamos rápido con las yemas de los dedos hasta conseguir una especie de migas. Añadimos dos o tres cucharadas de agua helada y removemos con un cuchillo antes de amasar con las manos hasta amalgamar. Envolvemos en film transparente y guardamos en la nevera mientras continuamos con la receta.

Retiramos los rabitos de los higos o brevas y los cortamos en cuartos. Reservamos. Preparamos el caramelo calentando el azúcar y el agua en un cacito. Cuando empiece a dorarse (cuidado con pasarse para que no quede amargo) añadimos la mantequilla y removemos hasta que se funda e integre.

Cubrimos la base y laterales de un molde de 20 cm con el caramelo, reservando dos o tres cucharadas para pincelar la superficie una vez esté lista nuestra tarta Tatin. Colocamos los cuartos de higos de la forma más armoniosa posible y cubrimos con la masa quebrada que habremos estirado hasta dejar fina y cortado del diámetro del molde.

Remetemos los bordes de la masa para que los higos queden bien recogidos y pinchamos toda la superficie para que no se hinche en el horno. y cocemos en horno pre calentado a 200°C, con calor tradicional arriba y abajo, durante unos 20-25 minutos o hasta que veamos burbujear el caramelo por los bordes de la masa.

Retiramos del horno y desmoldamos inmediatamente, invirtiendo la tarta en un plato como cuando damos la vuelta a una tortilla. Es importante hacerlo antes de que el caramelo se enfríe para que no se pegue a la base y los laterales del molde (entonces nos costaría más trabajo). Recalentamos el caramelo reservado y pincelamos la superficie para dar brillo (opcional).

HIGOS ASADOS AL VERMUT

Ingredientes

- Higos frescos 350 g
- Miel 10 ml
- Azúcar moreno 10 g
- Vermut rojo 50 ml
- Pacharán 15 ml
- Naranja (piel) 0.5
- Limón (piel) 0.5
- Tomillo fresco o seco
- Romero fresco o seco
- Sal una pizca

Preparación:

Precalentar el horno a 200°C. Mezclar en un cuenco la miel con el azúcar moreno, el vermut, el pacharán, un par de trozos de corteza de naranja y limón lavados (sin la parte blanca), un puñadito de romero y tomillo y una pizca muy suave de sal.

Si tenemos romero y tomillo frescos podemos echar directamente dos o tres ramitas, lavadas previamente. Además, en el caso de querer servir los higos en un plato salado, podemos añadir un buen vinagre, de Jerez o de Módena, y subir una pizca la cantidad de sal.

Lavar y secar con suavidad los higos. Cortar el rabito o la punta y a continuación cortar cada unidad en dos mitades, longitudinalmente. Comprobar que están sanos por dentro y colocar en una fuente apta para el horno.

Añadir la mezcla del cuenco y remover bien para que se distribuya de forma homogénea y los higos queden bien embadurnados. Disponer boca abajo y hornear durante unos 15-25 minutos, dependiendo del nivel de maduración de la fruta. Comprobar el punto a los 15 minutos, tapando la fuente si fuera necesario para que no pierdan todos los jugos.



JABÓN DE HIGO

Ingredientes:

- 609 gr de aceite de oliva reciclado
- 88 gr de hidróxido de sodio.
- 227 gr de agua destilada o desmineralizada.
- 4 ó 5 higos maduros
- 5 gr de aceite esencial de lavanda, patchuli o petit grain
- 75 gr de aceite de almendras dulces o de oleato de caléndula

Preparación

El aceite de almendras o caléndulas le aporta al jabón los nutrientes que ha perdido el aceite reciclado y se agregarán en al traza junto a los aceites esenciales, para conservar lo máximo posible sus beneficios.

Elaboración.

1. Ponerse guantes de goma o látex y proteger los ojos con gafas. Ver materiales en las otras recetas de saponificación del blog.
2. pesar el hidróxido y el agua por separado. Agregar la sosa al agua suavemente revolviendo sin batir hasta que se disuelva.
3. pesar el aceite y poner a calentar a baño maría hasta los 35°C aproximadamente.
4. pelar y picar los higos en procesador de alimentos hasta hacerlos puré.
5. cuando el aceite y la sosa estén a la misma temperatura, generalmente trabajo a los 27°C a 30°C agregas lentamente la sosa al aceite sin dejar de revolver y hasta integrar todo el líquidos.
6. puedes usar la minipimer para mezclar el jabón, un unos pocos minutos ya estará lista la traza y es aquí cuando agregas el puré de higo, el aceite esencial y el de almendras. Batir un poco más para integrar y volcar en los moldes.
7. dejar en el molde al menos 12 horas antes de desmoldar y cortar. Si el jabón está con la dureza óptima para cortarlo y que no se rompa, se corta y se deja curar un mes.
8. utilizar después de 30 días de curado y secado.

CREMA DE MANOS DE HIGO

Ingredientes

- 2 cucharadas de aceite de coco (30 g).
- 1 cucharada de manteca de cacao (15 g).
- 1 cucharadita de aceite de almendras (5 ml).

Preparación

1. En un envase, vierte 2 cucharadas de aceite de coco y 1 cucharada de manteca de cacao y calentar en baño María por un par de minutos hasta que se derrita la manteca junto con el aceite.
2. Una vez que los ingredientes se encuentren en estado líquido, incorpora 4 o 5 gotas de esencia aromática de limón y 1 cucharadita de aceite de almendras.
3. Después de mezclar los ingredientes, vacía el líquido en un frasco o envase.
4. Finalmente, deja enfriar para que se solidifique.

ANEXO X INFORMACIÓN ALMENDRA

El almendro (*Prunus dulcis*) es un árbol frutal de la familia de las Rosáceas. A continuación, describiré las características del almendro:

1. **Tamaño y forma:** El almendro es un árbol de tamaño mediano que puede alcanzar alturas de 4 a 9 metros, dependiendo de la variedad y las condiciones de crecimiento. Tiene un tronco corto y ramas extendidas. Su forma es redondeada y compacta.
2. **Hojas:** Las hojas del almendro son caducas, lo que significa que se caen durante el invierno. Son alternas, lanceoladas y de color verde brillante. Tienen bordes dentados y miden alrededor de 5-12 cm de largo.
3. **Flores:** Las flores del almendro son uno de sus rasgos más distintivos. Son flores de color blanco o rosado pálido, con cinco pétalos. Florecen en la primavera, antes de que aparezcan las hojas, creando un hermoso espectáculo de flores en el árbol.
4. **Frutos:** Los frutos del almendro son las almendras, que son drupas de forma ovalada y cubiertas por una cáscara dura y rugosa. La cáscara exterior puede ser lisa o arrugada, dependiendo de la variedad. Dentro de la cáscara se encuentra la semilla de almendra, que es comestible y tiene un sabor delicado y nutritivo.
5. **Corteza:** La corteza del almendro es de color grisáceo y lisa en los árboles jóvenes, pero se vuelve más rugosa y agrietada a medida que el árbol envejece.
6. **Ciclo de vida:** El almendro es un árbol de hoja caduca que pasa por un ciclo anual. En invierno, pierde sus hojas y entra en un estado de dormancia. En primavera, florece y da lugar a la formación de los frutos. Durante el verano, las almendras maduran y se recolectan en otoño.

En cuanto a su clasificación botánica:

1. **Familia:** La almendra pertenece a la familia de las Rosáceas (*Rosaceae*). Esta es una amplia familia de plantas que incluye árboles, arbustos y hierbas. Dentro de la familia Rosáceas, la almendra se encuentra en el género *Prunus*, junto con otros árboles frutales como el durazno, la ciruela y la cereza.

2. Género: El género de la almendra es Prunus. El nombre científico de la almendra es Prunus dulcis. Dentro de este género, también se encuentran otros árboles frutales como el durazno (Prunus persica), la ciruela (Prunus domestica), la cereza (Prunus avium) y el albaricoque (Prunus armeniaca), entre otros.
 1. Los árboles de almendro son generalmente hermafroditas, lo que significa que tienen flores con órganos reproductivos tanto masculinos como femeninos en la misma planta. Esto les permite auto-polinizarse, lo que significa que el polen de una flor puede fertilizar los óvulos de la misma flor o de otras flores en el mismo árbol. Sin embargo, algunos cultivares de almendro pueden tener cierta dependencia de la polinización cruzada, lo que implica la transferencia de polen de un árbol a otro para lograr una mejor polinización y fructificación. En estos casos, se necesitaría la presencia de otros árboles de almendro cercanos para facilitar la polinización cruzada y obtener una buena producción de almendras.
3. Especie: La especie de la almendra es Prunus dulcis. Prunus dulcis se refiere específicamente al árbol de almendro y a la variedad de almendras cultivadas para su consumo. Dentro de la especie Prunus dulcis, existen diferentes variedades de almendras, como las almendras dulces y las almendras amargas, que se utilizan en diferentes formas y propósitos.

En cuanto a su ecología, la almendra es un cultivo que se adapta a diferentes climas, pero su óptimo crecimiento y producción se encuentra en regiones con un clima mediterráneo. A continuación, te proporciono información sobre la ecología de la almendra en relación con el clima y la temperatura:

1. Clima mediterráneo: La almendra es originaria de la región mediterránea, donde los veranos son cálidos y secos, mientras que los inviernos son suaves y húmedos. Este tipo de clima es ideal para el crecimiento de los almendros y la producción de frutos de alta calidad.
2. Temperatura: Los almendros necesitan una acumulación de horas de frío durante el invierno para poder entrar en dormancia y florecer adecuadamente en la primavera. Se requieren al menos 200 a 400 horas de temperaturas inferiores a los 7 °C para satisfacer este requisito. Sin embargo, una vez que los almendros han salido de la dormancia, necesitan temperaturas cálidas y soleadas durante la floración y la fructificación.

3. Heladas tardías: Las heladas tardías pueden ser perjudiciales para los almendros, ya que pueden dañar las flores y los brotes tiernos. Las temperaturas por debajo de los 0 °C durante la floración pueden causar una disminución en la producción de almendras, e incluso la pérdida total de la cosecha en casos extremos.
4. Precipitación: La almendra es un cultivo resistente a la sequía y puede sobrevivir con precipitaciones moderadas. Sin embargo, una cantidad adecuada de agua es necesaria durante la etapa de crecimiento y desarrollo de los frutos para obtener una producción óptima. La falta de agua durante esta etapa puede resultar en un menor tamaño de las almendras y una calidad inferior.

Es importante destacar que los almendros son tolerantes a las condiciones climáticas adversas, pero su rendimiento y calidad pueden variar según el clima y la temperatura. Además, diferentes variedades de almendros pueden tener diferentes requisitos de clima y temperatura. Por lo tanto, es recomendable seleccionar variedades adaptadas al clima específico de la región donde se planea cultivar almendras.

En cuanto a su información nutricional, veamos la composición nutricional de una ración de 95 gramos de almendras, lo equivalente a una taza (75 unidades aproximadamente):

- 546 kilocalorías.
- 46,9 gramos de grasas, de las cuales, 29,3 gramos son monoinsaturadas, 11,5 gramos son poliinsaturadas y 3,5 gramos son saturadas.
- 20,6 gramos de carbohidratos, de los cuales, 3,7 gramos son azúcares.
- 20,2 gramos de proteínas.
- 11,6 gramos de fibra alimentaria.
- 24,9 miligramos de Vitamina E.
- 3,2 miligramos de Vitamina B3.
- 1 miligramo de Vitamina B2.
- 250,8 miligramos de calcio.
- 254,6 miligramos de magnesio.
- 459,8 miligramos de fósforo.
- 669,8 miligramos de potasio.
- 3,5 miligramos de hierro.
- 2,9 miligramos de zinc.
- 2,2 miligramos de manganeso

En cuanto a los usos más comunes de las almendras, estas son un fruto seco muy versátil y se utilizan en una amplia variedad de formas en la cocina y en la industria alimentaria. A continuación, te presento los usos más comunes de las almendras:

1. Consumo directo: Las almendras se consumen comúnmente como un snack saludable. Pueden ser consumidas crudas, tostadas, saladas o sin sal, y son una excelente fuente de grasas saludables, proteínas, fibra y otros nutrientes.
2. Ingredientes culinarios: Las almendras se utilizan en numerosas recetas y preparaciones culinarias. Se pueden picar o moler para agregar textura y sabor a ensaladas, salsas, panes, galletas, pasteles, postres y otros platos dulces y salados.
3. Leche de almendras: La leche de almendras se obtiene al triturar las almendras con agua y luego colar la mezcla resultante. Es una alternativa popular a la leche de vaca para personas con intolerancia a la lactosa o que siguen una dieta vegana. Se utiliza en batidos, cereales, café y como base para muchas recetas.
4. Harina de almendras: La harina de almendras se obtiene al moler finamente las almendras. Es una opción sin gluten y baja en carbohidratos, utilizada en la cocina para hacer panes, pasteles, galletas y otros productos horneados.
5. Aceite de almendras: El aceite de almendras se extrae de las almendras mediante prensado en frío. Se utiliza tanto en la cocina como en la cosmética. En la cocina, se utiliza para aderezar ensaladas, marinadas y platos de pasta. En la cosmética, se utiliza en productos para el cuidado del cabello, la piel y los masajes.
6. Mantequilla de almendras: La mantequilla de almendras se obtiene al moler las almendras hasta obtener una textura cremosa. Es una alternativa saludable a las mantequillas convencionales y se utiliza para untar en pan, añadir a batidos o como ingrediente en recetas.
7. Decoración y toppings: Las almendras también se utilizan para decorar y dar un toque crujiente a diversos platos y postres. Se añaden enteras, laminadas o picadas en la parte superior de pasteles, tartas, helados, yogures, ensaladas y otros platos.

En cuanto a los usos termacológicos de las almendras también tienen algunos usos terapéuticos y medicinales. Aunque es importante destacar que estos usos no reemplazan el consejo médico y no se deben considerar como un tratamiento definitivo para ninguna condición médica. A continuación, se presentan algunos de los usos terapéuticos asociados a las almendras:

1. **Beneficios para la salud cardiovascular:** Las almendras son ricas en grasas monoinsaturadas, vitamina E, magnesio y otros nutrientes que pueden contribuir a la salud cardiovascular. Estos componentes pueden ayudar a reducir el colesterol LDL ("malo"), mejorar los niveles de colesterol HDL ("bueno") y disminuir el riesgo de enfermedades del corazón.
2. **Control de la diabetes:** Las almendras tienen un bajo índice glucémico y son ricas en fibra, proteínas y grasas saludables. Estas características pueden ayudar a controlar los niveles de azúcar en sangre y a mejorar la sensibilidad a la insulina en personas con diabetes tipo 2. Sin embargo, es importante tener en cuenta la cantidad consumida y consultar a un profesional de la salud para el manejo adecuado de la diabetes.
3. **Propiedades antiinflamatorias:** Las almendras contienen compuestos antioxidantes, como la vitamina E y los flavonoides, que pueden tener propiedades antiinflamatorias. Estos compuestos pueden ayudar a reducir la inflamación en el cuerpo y disminuir el riesgo de enfermedades crónicas relacionadas con la inflamación.
4. **Promoción de la salud cerebral:** Algunos estudios sugieren que los nutrientes presentes en las almendras, como la vitamina E y los antioxidantes, pueden tener beneficios para la salud cerebral. Se ha sugerido que pueden ayudar a mejorar la memoria y la función cognitiva, así como a reducir el riesgo de enfermedades neurodegenerativas, como el deterioro cognitivo y la enfermedad de Alzheimer.
5. **Apoyo a la salud ósea:** Las almendras son una buena fuente de calcio, magnesio y otros minerales esenciales para la salud ósea. Estos nutrientes pueden ayudar a fortalecer los huesos y prevenir la osteoporosis.

Las almendras también tienen algunos usos en la alimentación del ganado, especialmente en el caso de las almendras que no cumplen con los estándares de calidad para el consumo humano. A continuación, se presentan algunos de los usos ganaderos de la almendra:

1. Alimentación animal: Las almendras pueden ser utilizadas como alimento para el ganado, especialmente para rumiantes como vacas, ovejas y cabras. Las almendras pueden ser trituradas o molidas para formar parte de la ración alimenticia del ganado, proporcionando nutrientes como proteínas, grasas y fibra. Sin embargo, es importante tener en cuenta la cantidad y la forma en que se suministran, ya que las almendras son altas en grasas y su consumo excesivo podría causar problemas digestivos en los animales.
2. Subproducto de la extracción de aceite: Durante el proceso de extracción de aceite de almendra, se obtiene una torta residual después de la extracción del aceite. Esta torta de almendra puede ser utilizada como alimento para el ganado, ya que todavía contiene nutrientes como proteínas y fibra. La torta de almendra puede ser incluida en la ración alimenticia de los animales para complementar su dieta.
3. Lecho de animales: La cáscara de almendra, que es el residuo que queda después de extraer la almendra en sí, puede ser utilizada como lecho para los animales en el establo. La cáscara de almendra es una opción natural y renovable para proporcionar un lecho cómodo y absorbente para el ganado, como vacas, caballos y aves de corral.

Estos son algunos de los usos ganaderos de la almendra. Es importante destacar que, al utilizar las almendras en la alimentación animal, se deben tener en cuenta las pautas de nutrición adecuadas para cada tipo de ganado y consultar con un especialista en alimentación animal para asegurarse de que se estén cumpliendo las necesidades nutricionales específicas de los animales.

La almendra es ampliamente utilizada en la industria cosmética debido a sus beneficios para la piel y el cabello. A continuación, se mencionan algunos de los usos de la almendra en la cosmética:

1. Aceite de almendras: El aceite de almendras es un ingrediente popular en productos para el cuidado de la piel y el cabello. Es rico en vitamina E, ácidos grasos esenciales y antioxidantes que ayudan a hidratar, suavizar y nutrir la piel. Se utiliza en lociones, cremas, aceites corporales, productos para el cuidado del cabello y otros productos cosméticos.
2. Exfoliantes y mascarillas: Las almendras molidas o en forma de harina se utilizan como exfoliantes suaves para eliminar las células muertas de la piel y proporcionar una textura más suave y radiante. También se pueden mezclar con otros ingredientes naturales para crear mascarillas faciales nutritivas y revitalizantes.

3. Jabones y geles de ducha: El aceite de almendras se utiliza en la fabricación de jabones y geles de ducha debido a sus propiedades hidratantes y suavizantes. Ayuda a limpiar la piel sin resecarla, dejándola suave y nutrida.
4. Productos para el cuidado del cabello: El aceite de almendras se utiliza en productos para el cuidado del cabello, como acondicionadores, aceites capilares y sueros, para hidratar y nutrir el cabello seco y dañado. También se ha utilizado tradicionalmente para promover el crecimiento del cabello y mejorar su apariencia y brillo.
5. Removedor de maquillaje: El aceite de almendras se puede utilizar como un suave y efectivo removedor de maquillaje, especialmente para el área sensible de los ojos. Ayuda a disolver el maquillaje y acondicionar la piel sin dejarla seca o irritada.

Es importante tener en cuenta que algunas personas pueden ser alérgicas a las almendras, por lo que es recomendable realizar una prueba de sensibilidad antes de utilizar productos cosméticos que contengan este ingrediente. Además, es aconsejable leer y seguir las instrucciones del producto y consultar a un dermatólogo o profesional de la salud si tienes alguna preocupación específica sobre el uso de productos de almendra en tu rutina de cuidado personal.

En cuanto al uso de las almendras para postres:

1. Pasteles y tartas: Utiliza harina de almendras como base para pasteles y tartas sin gluten. También puedes agregar almendras picadas en la mezcla de pastel o como cobertura para agregar un sabor y textura adicionales.
2. Galletas y brownies: Agrega almendras picadas o en láminas a tus recetas de galletas y brownies para darles un toque crujiente. También puedes hacer galletas de mantequilla de almendra o brownies de almendra para un sabor más intenso.
3. Helados y postres congelados: Mezcla almendras picadas en helados caseros o añade almendras en rodajas como topping en helados y postres congelados.
4. Panes y panecillos: Agrega almendras molidas o en láminas a la masa de panes y panecillos para darles un sabor y una textura especiales. También puedes espolvorear almendras en láminas en la parte superior de los panes antes de hornearlos.

ANEXO XI PRODUCTOS TRANSFORMADOS DE LA ALMENDRA

ALMENDRA TOSTADA

Procedimiento:

El primer paso es precalentar el horno a 180 °C y cuando esté caliente, ponernos en marcha con las almendras.

Debemos distribuirlas en una placa de horno, procurando que estén bien extendidas para que no se monten unas con otras y así se cocinen de manera uniforme.

Metemos la bandeja en el horno y cocinamos a 180 °C, volteando las almendras cada cinco minutos para que cambien de posición y se tuesten homogéneamente.

Cuando estén en el punto de tostado que queramos —entre 15 y 20 minutos—, sacamos del horno y agregamos la sal en caliente, que será como mejor la coja.

- Harina de almendra /

1. Pelar las almendras si no están peladas (las pasás 1 minuto x agua hirviendo y luego la piel se sale sola). También puede hacerse con la cáscara.

2. Poner las almendras peladas en una sartén seca y llevar a fuego removiendo, unos 7 minutos. La idea no es tostarlas sino simplemente dorarlas. Esto hará que estén bien secas y que podamos hacer una harina y no se nos forme una pasta. Este paso también puede hacerse en el horno.

3. Dejar enfriar

4. Triturar la harina

CROCANTI

Ingredientes:

- 4 Cucharadas de almendras crudas trituradas en trozos pequeños
- 2 Cucharadas de azúcar blanco
- 2 Cucharadas de aceite de oliva suave

Procedimiento:

1. El primer paso será colocar el aceite en una sartén grande y calentarlo a fuego medio.

2. Una vez el aceite esté caliente, vierte los trozos de almendra en la sartén y remueve constantemente hasta que todas las almendras adquieran un color ligeramente tostado por todos los lados.

3. Cuando percibas el tono tostado en los trozos de almendra, será el momento de agregar el azúcar a la sartén. Mezcla hasta que el azúcar quede bien integrada y espera a que estacomience a derretirse.
4. Remueve frecuentemente para que todos los trozos se cubran por completo de azúcar.
5. Cuando percibas que el azúcar de alrededor de las almendras se carameliza y que comienzan a hacerse visibles gotas de caramelo en el fondo de la sartén, aparta del fuego
6. Vierte el crocanti de almendras sobre una fuente de cristal y remueve con la ayuda de una cuchara o similar para facilitar el enfriamiento y separar los trozos de almendra que se hayan quedado pegados entre sí. Durante este paso, es importante mantener ciertas precauciones para evitar quemaduras indeseables: no introduces tus manos en el preparado y no pruebes las almendras hasta tener la seguridad de que están completamente frías.
7. Finalmente, y una vez el crocanti de almendras esté frío, utiliza tus dedos para separar los posibles grumos que queden en la mezcla. Reserva hasta su posterior uso.

GARRAPIÑADA

Ingredientes

- Almendra cruda con o sin piel 200 g
- Azúcar 150 g
- Agua 100 ml
- Vainilla en polvo (opcional) 2 g
- Canela molida (opcional) 2 g

Procedimiento:

Preparar una bandeja de horno grande o un espacio sobre una mesa despejada con una lámina grande de papel antiadherente sulfurizado. Dejar un tenedor ahí para usar después.

Disponer en una sartén amplia y resistente el agua, añadir el azúcar y, opcionalmente, el toque de especias. Calentar a fuego suave hasta que el azúcar se disuelva y añadir las almendras, removiendo para que queden sin amontonarse mucho y bien cubiertas.

Subir el fuego ligeramente hasta llevar a ebullición; bajar la temperatura y cocinar, sin dejar de remover suavemente, hasta que se forme un almíbar brillante y se vaya reduciendo. Poco a poco bajará el nivel de líquido hasta que de pronto el azúcar cristalizará.

Seguir removiendo bien las almendras entre la "arenilla"; podríamos retirar ya las almendras cubiertas con esta costra más seca, pero queremos darle un toque más caramelizado y brillante.

Mantener al fuego, a temperatura suave, sin dejar de remover, hasta que el azúcar vuelva a derretirse.

LÁGRIMAS DE BOABDIL

Ingredientes:

- 1 bote de leche condensada
- 250 grs. de mantequilla
- 250 grs. de avellana picada, no molida.
- 200 grs. de galletas María
- 1 vaso de leche
- 1 chorro de whisky o brandy

Preparación:

Batir la mantequilla a punto pomada. Mezclarla con la leche condensada y las avellanas, dejando unas pocas para adornar.

Mojar las galletas con la leche y el whisky (se ponen juntos en un recipiente) y ponerlas de base montando unas con otras.

Poner la mitad de la mezcla anterior sobre las galletas. Hacer otra base de galletas encima y colocar el resto de la mezcla arriba del todo. Adornar con las avellanas que hemos reservado y con tiras de chocolate fundido.

Meter al congelador y sacar una hora antes de servir.

AJOBLANCO

Ingredientes

- Miga de pan del día anterior 150 g
- Agua fría 500 ml
- Aceite de oliva virgen extra 100 ml
- Almendras crudas 100 g
- Diente de ajo 1
- Vinagre 2 cucharadas
- Sal

Procedimiento:

Empezamos remojando la miga de pan en trozos en el agua fría unos minutos, hasta que empape bien. La reservamos. Pesamos el aceite en una jarra y lo reservamos también. Si hacemos el ajoblanco con Thermomix, ponemos en el vaso la miga remojada con el agua incluida, la almendra cruda, el diente de ajo, el vinagre y la sal y trituramos 1 min/vel 8. En velocidad 4 vamos echando el aceite por la tapa poco a poco con el cubilete puesto, como si fuera una mahonesa. Después subimos la velocidad 5 unos 10 segundos. Si no usamos lathermomix para hacer el ajoblanco, ponemos en el vaso de la batidora la miga remojada con el agua incluida, la almendra cruda, el diente de ajo, vinagre y sal y triturar hasta que quede bien fino. Con la batidora en marcha, vamos echando el aceite poco a poco, como si fuera una mahonesa, emulsionando bien.

CAZUELA DE ALMENDRAS

Ingredientes:

- 750 g de Patata
- 12 ud de Almendra entera peladas
- 1 rebanadas de Miga de pan duro
- 1 ud de Dientes de ajo
- 4 cs de Aceite de oliva
- 4 cs de Vinagre de Jerez
- 1 hojas de Laurel
- 5 ud de Pimienta negra en grano
- Azafrán
- Sal
- Perejil fresco en rama

Procedimiento:

1. Pela y pica el diente de ajo. Pon la miga de pan en remojo con el vinagre. Pela y corta las patatas en trozos grandes.
2. Calienta en una cazuela 3 vasos de agua con el laurel, el perejil, el azafrán y los granos de pimienta.
3. Cuando hierva, añade las patatas y sazona con sal. Tapa la olla y cuece a fuego suave.
4. Mientras, machaca en un mortero el diente de ajo con un poco de sal. Añade las almendras y la miga de pan remojada.



5. Cuando esté todo bien majado, vierte lentamente el aceite y remueve hasta que se forme una pasta. Añade unas cucharadas del caldo de las patatas.
6. Una vez cocidas las patatas, retira la olla del fuego y vierte el majado.
7. Remueve ligeramente y cuece sin dejar hervir hasta que la salsa se espese.
8. Deja reposar 5 minutos, comprueba el punto de sal y sirve.

ROCAS DE CHOCOLATE NEGRO Y ALMENDRA

Ingredientes

- Para las blancas: 75 g de Chocolate Blanco NESTLÉ Postres
- 60 g de pistacho
- 15 g de semillas de sésamo
- Para las negras: 75 g de Chocolate Negro NESTLÉ Postres
- 20 g de pasas
- 25 g de avellanas
- 30 g de almendra granillo

Procedimiento:

- Fundimos el chocolate negro y blanco al microondas.
- Mezclamos los frutos secos de cada preparación con el chocolate derretido en un bol.
- Hacemos pequeños montoncitos de cada uno sobre un papel vegetal. Llevamos a la nevera hasta que solidifique.

POLVORONES

Ingredientes

- 200 g de manteca de cerdo
- 400 g de harina de trigo
- 100 g de almendras peladas tostadas (Sin sal)
- 1 limón
- 1 cucharadita colmada de canela (unos 10 g de canela molida)
- 150 g de azúcar glass (100 g para los polvorones y 50 g para espolvorearlos a modo de decoración)

Procedimiento:

1. Picamos las almendras tostadas y sin piel. Tostamos la harina teniendo mucho cuidado de que no se queme y que sólo se cocine. Para ello la ponemos en una sartén a fuego suave y la cocinamos sin parar de remover durante unos 7 minutos. Hay que retirarla antes de que empiece a tomar color.
2. Tamizamos la harina para evitar los grumos que se habrán formado. Una vez que la harina esté fría le incorporamos la ralladura de limón, la canela, 100 g. del azúcar molido, la almendra molida y la manteca con textura de pomada.
3. El azúcar que empleamos el azúcar normal que habremos molido previamente. Este punto es importante para evitar que se aprecien los granos. Así tendremos unos polvorones muchos más finos.
4. Trabajamos la masa hasta conseguir una pasta lisa y uniforme. Extendemos la masa entre dos papeles de horno hasta que tenga un grosor de unos 2 centímetros. Hacemos las porciones de polvorones con la ayuda de un cortante de galletas.
5. Guardamos los polvorones en el frigo hasta que la masa se haya endurecido. El tiempo necesario para endurecer la masa dependerá de lo blanda que esté.

LICOR DE ALMENDRA AMARGA (AMARETTO)

Ingredientes

- Vodka 500 ml
- Coñac 300 ml
- Orejones 100 g
- Almendras 150 g
- Agua mineral 100 ml
- Azúcar moreno para terminarlo tras la maceración 100 g
- Agua mineral para terminarlo tras la maceración 100 ml
- Esencia de almendra cucharaditas opcionales 2
- Esencia de vainilla cucharadita opcionales 1

Procedimiento:

Con estas cantidades de producto nos saldrán aproximadamente litro y medio de amaretto, así que podéis jugar a voluntad si necesitáis más o menos cantidad. Dicho esto, vamos al lío.

Empezamos poniendo en una botella con cierre hermético el vodka, coñac, orejones, almendras y agua mineral. Tapamos bien y agitamos vigorosamente, dejando macerar en un armario al fondo, sin luz durante cuatro semanas, agitando de nuevo cada dos días.

Pasadas las cuatro semanas colamos el líquido macerado por un filtro de café o un paño de tela fino limpio y reservamos. Luego hacemos un almíbar con el azúcar moreno y el agua mineral, añadiéndolo enfriado al macerado anterior.

Por último, al gusto y opcional, podemos añadir las cucharaditas de esencia de almendras y de vainilla si queremos más potencia en el amaretto.

LECHE DE ALMENDRAS

Procedimiento:

- Deja en remojo las almendras durante al menos 4-6 horas, aunque lo ideal es que las dejes toda la noche .
- Cuela y lava las almendras.
- Echa las almendras, el agua y los dátiles a una batidora y bate hasta que se hayan integrado .
- Cuela la mezcla con una bolsa para leches vegetales, una servilleta, un trozo de tela o un colador de malla fina .
- Sirve inmediatamente fría o caliente.

CREMA DE ALMENDRA

Ingredientes

- 200 gr almendras peladas ecológicas
- 3 cucharadas aceite de oliva virgen extra

Procedimiento:

1. Colocar las almendras en el vaso de la Personal Blender, ajustar la cuchilla de 4 hojas y batir en tandas de 20 segundos. En poco tiempo las almendras conseguirán un aspecto muy molido, similar a una harina.
2. Con ayuda de una cuchara o espátula pequeña, separar la almendra pegada en las paredes del vaso. Seguir batiendo en tandas de 20 segundos, abriendo y despegando la masa de las paredes cada vez. Poco a poco cuesta más batir, ya que las almendras empiezan a calentarse y a soltar su aceite natural, esto hace que la masa sea más húmeda.

3. Cuando ya cueste mucho batir y la textura de las almendras empiezan a parecerse a una crema, añadir 2 cucharadas de aceite o agua templada. Seguir batiendo en tandas de 20 segundos hasta que el líquido se integre por completo. Si es necesario, abrir y despegar de las paredes. En este punto, vuelve a resultar más fácil el batido ya que la crema contiene más líquido y esto hace que resulte más fluido.
4. Si se prefiere un resultado más fluido, añadir dos cucharadas más de aceite o agua y seguir batiendo hasta que se integren. En este punto el batido ya resulta muy fácil y tenemos como resultado una crema suave y densa.

ACEITE DE ALMENDRAS

Procedimiento:

El aceite de almendra se puede tomar de las variedades de almendras amargas y dulces. El aceite se obtiene generalmente a través de un proceso de prensado en frío. Sin embargo, las almendras dulces también se pueden prensar tibias. Primero, las almendras se limpian de impurezas y se separan de sus cáscaras. La semilla pre-limpiada luego se calienta suavemente a la temperatura de la prensa y posteriormente se introduce en una prensa de tornillo. Los productos resultantes, el aceite de almendras y las tortas de almendras prensadas, luego se someten a un procesamiento inmediato. Las tortas de prensa se trituran y se enfrían antes de enviarlas para su posterior procesamiento o almacenamiento. El aceite generalmente se convierte en aceite puro, después de pasar por varias etapas de purificación (filtración en bruto, filtración fina, filtración de seguridad). Alternativamente, después de presionar, el aceite se deja reposar durante varios días, lo que permite que los componentes mucilaginosos se depositen y luego, con la ayuda de prensas de filtro, se retiren. Después de ser prensado en frío, el aceite puede usarse refinado o sin tratar. El aceite esencial de almendras, sin embargo, solo se toma de las almendras amargas, por lo que también se le llama aceite de almendras amargas.