

PREMIO «CINCO NUEVES»

**Fundación CLC
recibe 34
proyectos de
desarrollo local**ABC
SEVILLA

La Fundación Cobre Las Cruces ha recibido 34 proyectos en la primera edición del Premio «Cinco Nueves» para iniciativas de desarrollo local en las comarcas donde se asienta la mina de Cobre Las Cruces, de forma que ha quedado constituido el jurado, que deberá elegir la propuesta ganadora, que recibirá 30.000 euros para su puesta en marcha, en un evento que se celebrará en el último trimestre.

El nombre del premio, «Cinco Nueves», hace referencia a la máxima calidad de los cátodos de cobre que produce la empresa promotora de la Fundación. Con este premio se busca «apoyar la mejor iniciativa anual de desarrollo socioeconómico en las comarcas a las que pertenecen las cuatro localidades sobre las que se asienta la compañía minera o sus infraestructuras de apoyo, es decir, Gerena, Salteras, Guillena y La Aljaba».

Su ámbito de aplicación comprende, por tanto, todos los municipios del Aljarafe, el Corredor de la Plata, Sierra Norte y La Vega.

De tal forma, los proyectos presentados plantean propuestas a desarrollar en 15 municipios, concretamente Alcalá del Río, Aznalcóllar, Bollullos de la Mitación, Castilblanco de los Arroyos, Castillo de las Guardas, Gelves, Gerena, Guillena, La Aljaba, Mairena del Aljarafe, Peñaflor, Salteras, Sanlúcar la Mayor y Tomares, aunque algunos son de varios municipios.

**Agro Sevilla lidera la venta de
aceituna de mesa en EE.UU.**

► La Junta cree que los aceites andaluces pueden alcanzar un 40% de cuota en ese país

ABC
SEVILLA

La empresa andaluza Agro Sevilla se ha consolidado como «líder absoluto» en el sector de la distribución de aceituna de mesa en Estados Unidos, con unas ventas anuales que ya superan los 60 millones de dólares, según ha resaltado la consejera de Agricultura y Pesca, Clara Aguilera, quien visitó las instalaciones estadounidenses de este grupo, una de las firmas andaluzas que participan en la Fancy Food.

Según informó en una nota la Junta de Andalucía, por su conocimiento del mercado y por su volumen de operaciones, Agro Sevilla se ha convertido en «la primera compañía española con presencia en Estados Unidos que opera directamente sin intermediarios y sin importadores locales».

La titular de Agricultura ha destacado el esfuerzo de esta empresa sevillana de referencia por «aumentar la generación de valor añadido y reducir costes operativos para repercutir positivamente en la renta de los agricultores».

Durante su visita a las instalaciones, ubicadas a las afueras de Washington, la consejera de Agricultura ha conocido en detalle la organización logística de la empresa y algunas de las innovaciones aplicadas al «packaging», especialmente las dirigidas a clientes de grandes cadenas de restauración.



La consejera Clara Aguilera con el cocinero José Andrés, en Washington

La empresa Agro Sevilla, que es la única del sector con el certificado de calidad «ISO 14001», distribuye su producción en Estados Unidos a través de diez puntos de entrada al país y ha generado una veintena de puestos de trabajo con la puesta en marcha de su sede en Washington, dirigida por Miguel de Kanter.

Vocación exportadora

Agro Sevilla, fundada en 1977 es el primer productor, envasador y exportador de aceitunas de mesa del mundo y uno de los principales exportadores de aceite de oliva de España. Inte-

gra a nueve cooperativas de aceitunas de mesa y siete cooperativas de aceite de oliva, con un total de 5.500 agricultores.

Por su vocación netamente exportadora, la empresa sevillana dedica más del 90 por ciento de su producción al mercado exterior e integra a siete compañías, ubicadas en España, Estados Unidos, Italia, Argentina y Chile. Sus marcas comercializadas son Agro Sevilla, Coopoliva, Seville Premium, Olicoop, Private Label y Oroliva. La facturación anual de esta empresa es de 146 millones de euros y su plantilla, de 500 empleados.

Aceite andaluz en EE.UU.

La consejera de Agricultura y Pesca, Clara Aguilera, considera que «ahora es el momento de que las empresas aceiteras andaluzas desembarquen y se den a conocer en Estados Unidos, aprovechando la debilidad de los aceites italianos y el menor conocimiento del resto de competidores», de forma que, a su juicio, los aceites andaluces «pueden aspirar en poco tiempo a tener en Estados Unidos a una cuota de mercado de entre el 30 y 40 por ciento, si trabajamos bien el momento».

Tras la visita a Agrosevilla, la consejera ha mantenido reuniones en la Embajada de España con consejeros comerciales para «conocer de primera mano qué productos son los de mayor proyección», como es el caso de aceituna de mesa, aceite de oliva, vino, frutas y hortalizas y el queso, como línea nueva para explorar a futuro y que está teniendo interés por parte del público americano.

**El Consejo de Andalucía de Telefónica se reúne con el alcalde**

El Consejo de Andalucía de Telefónica, presidido por Fernando Almansa, se reunió ayer en Sevilla para conocer la nueva estructura territorial de la Compañía, con mayor capacidad de decisión local y más volcada en la proximidad al cliente y la atención comercial. El Consejo se reunió con el alcalde de Sevilla