

Agroterra.com fomenta los negocios entre payeses sin pasar por intermediarios

El portal, con sede en Valencia, ofrece un mercado de compraventa en tiempo real de mercancías agrarias. Unos 10.000 profesionales y empresas del sector se han suscrito desde 1999. El 15% llegan de América Latina

LAIA REVENTÓS

De agricultor o ganadero a comercializador, sin pasar por intermediarios. Agroterra.com es un centro de negocios en Internet donde se intercambian ofertas y demandas de mercancías a tiempo real.

Agroterra nació en 1999 para ofrecer a los granjeros la oportunidad de contactar con el mercado de destino y conseguir vender sus mercancías, sean tomates o abonos, a un precio más alto. Agroterra no vende: pone en contacto a distintos proveedores entre sí.

Más de 10.000 profesionales o empresas del sector —la mayoría pequeños agricultores a tiempo parcial—, se han suscrito a esta plataforma virtual para hacer sus negocios.

Las transacciones más habituales son de agroalimentación (frutas, jamones o flores), fitosanitarios (pesticidas, abonos, pesticidas...) y venta y arrendamiento de fincas. El 15% llega de América Latina; el resto, de España. Para que un granjero sepa a cuánto puede vender sus naranjas, Agroterra da la evolución de los precios que marca Mercasa, la red de mercados de abastos, en Madrid, Barcelona, Bilbao, Sevilla y Valencia.

Juan Martínez Climent, ingeniero agrónomo de 30 años y creador del proyecto, controla el sistema: "Que las ofertas de compraventa tengan que ver con el mundo agrario, además de resolver dudas a los usuarios", Su mujer, Miriam Ruiz, ingeniera de Montes de 30 años, se encarga de la información forestal y de medio ambiente. Esther y María del Carmen, estudiantes agrónomas, actualizan, con Juan, el resto de contenidos. Juntos gestionan los cuatro portales que la empresa, Agrosfera Networks tiene en Internet: Agroterra, Agrocultura, Agrosfera y Agromercados.

"Como a los granjeros les costaba bastante acceder a Internet, nos convertimos también en un centro de información y una comunidad virtual.



Miriam Ruiz y Juan Martínez Climent, pareja y fundadores de Agroterra.com.

SANTIAGO CARREGUI

Amor en los invernaderos de alta tecnología

Sistemas de almacenamiento energético basado en calor sensible, el mantenimiento de un invernadero sin costes económicos o sistemas que permiten reducir la emisión de gases CO₂ en los invernaderos que usan gas natural son algunos de los proyectos que Juan Martínez Climent, creador y director de Agroterra, diseñó antes de dedicarse en cuerpo y alma a su portal: Agroterra.

Este ingeniero agrónomo por la Universidad de Valencia trabajó durante tres años en la empresa Tragsatec, filial tecnológica de Tragsa, compañía española de capital público, con más de 20

años de experiencia en la realización de todo tipo de trabajos en el ámbito agrario y medioambiental.

Pero se marchó a Holanda para ampliar estudios. Y allí cambió su vida. "Personal y profesionalmente. En Holanda entré en contacto de forma profunda con la tecnología. Me especialicé en invernaderos de alta tecnología y en los posibles beneficios que aportan los ahorros energéticos a los procesos de producción agrícola", explica.

¿Y personalmente? "En Holanda también conocí a mi mujer y socia en el negocio: Miriam Ruiz".

Hoy, las cosas están cambiando. Se registran entre 20 y 30 empresas al día. Además, instituciones y asociaciones agrarias fomentan las actividades en la Red", dice Martínez.

El registro en Agroterra, con sede en Valencia, es gratui-

to. Cada usuario supervisa los servicios que le interesan desde el centro de control: ofertas recibidas, preferencias... Además del mercado agrario, cuenta con información del sector actualizada diariamente, un centro de ofertas y demandas

de empleo, ayudas y subvenciones, artículos y opiniones de profesionales que versan sobre la reforma de las PAC o el éxito del tomate español en Alemania, especiales sobre la fiebre aftosa o un servicio de creación de tiendas virtuales.

Por 450 euros crean y mantienen la *web*, registran el dominio y dan cuenta del correo electrónico. Hay cuatro modelos predeterminados de tiendas e, incluso, la personalizan. "También regalamos 150 euros en publicidad", que saldrá en cualquiera de sus cuatro portales. "Nosotros vivimos de la publicidad y de la creación de *webs* para aquellos clientes que desean desarrollar su tienda virtual".

Ahora quieren dar el gran salto. "Convertir Agroterra en el gran centro de reunión y de información del sector agrícola, ganadero y forestal", si el mundo rural consigue acceder, de una vez por todas, a Internet.

AGROTERRA: www.agroterra.com
MERCASA: www.mercasa.es