

LAS ORGANIZACIONES AGRARIAS NO SE PUSIERON DE ACUERDO EN LAS ACCIONES EN SEÑAL DE PROTESTA POR LOS BAJOS PRECIOS



■ Andrés Góngora, secretario provincial de COAG, anunció acciones de protesta contra el 'pacto de precios bajos' de la gran distribución europea. / FHALMERIA

El campo estalla contra la gran distribución

La organización agraria COAG, por medio de su secretario provincial Andrés Góngora, denuncia un acuerdo encubierto de las grandes superficies comerciales para conseguir las hortalizas a bajo precio. Los agricultores llevan varios meses vendiendo por debajo de sus costes de producción y esta coyuntura los está abocando a una peligrosa situación económica. Páginas 3 y 4

ESPECIAL Pepino, melón y sandía

Págs. 17 a 32

ACTUALIDAD



Francisco Góngora, presidente de HORTYFRUTA

El ejecutivo de Cajamar ha sido elegido por ser un profesional de consenso dentro del sector agrícola andaluz. Su objetivo, relanzar la Interprofesional. P. 6

ACTUALIDAD

La Balsa del Sapo aumenta su peligro por la lluvia

El temporal de lluvia de las últimas semanas ha provocado un aumento del agua estancada y los vecinos temen un desbordamiento. P. 2

COMARCAS

El Ejido cambia las ordenanzas para construir invernaderos

El Ayuntamiento de El Ejido adaptará sus ordenanzas municipales para contribuir a la modernización efectiva en el campo. P. 34

COMARCAS

Níjar soluciona la gestión de residuos con la llegada de NWT

El Consistorio que preside Antonio Jesús Rodríguez está esperanzado en las soluciones a los residuos que aporta la empresa checa "NWT". P. 36

Actualidad

LA HISTORIA SE REPITE

El último temporal de lluvias se ceba con los agricultores de la Balsa del Sapo

EL NIVEL DE LA Balsa YA HA ALCANZADO, SEGÚN LA ASOCIACIÓN CAÑADA DE LAS NORIAS, SU MÁXIMO EN UN MES DE NOVIEMBRE

■ Isabel Fernández

Un año más, cada vez que las lluvias hacen acto de presencia en la provincia, los agricultores con fincas aledañas a la Balsa del Sapo no pueden más que mirar el nivel de las aguas, cruzando los dedos para que el clima sea benévolo con ellos y, cuanto menos, no ver inundadas sus fincas; sin embargo, no siempre los cielos hacen caso de sus plegarias. De este modo, y tras las lluvias caídas en los primeros días del mes de noviembre, José Antonio Vargas, presidente de la Asociación Cañada de Las Norias, lamentó que “desde el pasado 4 de noviembre, el nivel de la balsa ha subido” y, de hecho, se ha situado “cercano al máximo de 2010” y “por encima del histórico de un mes de noviembre”. Tanto es así que Vargas afirmó sin titubear que “el temporal se ha cebado con los afectados”, tanto que “hemos tenido un nuevo rebrote de agricultores que han visto sus fincas inundadas”.

Desde la Asociación Cañada de Las Norias continúan apelando a la Administración para que ponga



■ Las últimas lluvias han vuelto a anegar los invernaderos de Las Norias. / FHALMERÍA

en marcha las medidas adecuadas que eviten que las fincas de la zona estén casi permanentemente inundadas. De momento, y según recordó su presidente, “ya se está ejecutando el túnel” que llevará el agua excedente hasta el mar. Desde la Administración afirmaron que, después de analizar numerosos estudios técnicos sobre la Balsa del Sapo, su incidencia y las posibles consecuencias ante la posibilidad de lluvias en la zona, esta

solución se ha perfilado como la alternativa inmediata más adecuada para resolver las inundaciones que vienen padeciendo los afectados, debido al nivel del acuífero superior, cuya situación empeora las lluvias del otoño-invierno.

LA Balsa

La Balsa del Sapo, pese a lo que pueda parecer, es una balsa de origen artificial. Está formada por

dos vasos separados por un camino y rodeados de parcelas dedicadas a la horticultura al Este, Norte y Oeste, mientras que al Sur se ubica el núcleo ejidense de Las Norias. La formación tiene su origen en las intensas excavaciones en la zona, entonces seca, para la obtención de materiales para invernaderos. Esta actividad, en su día, propició la aparición de dos profundas depresiones delante, debido al deterioro de la calidad

La campaña 2012/2013 está todavía en el aire

La Consejería de Medio Ambiente de la Junta sacó a licitación pública recientemente las obras de la nueva impulsión de la Balsa del Sapo, que permitirán instalar un nuevo bombeo de agua con una capacidad de extracción de 500 litros por segundo, a los que hay que sumar los 180 que ya se están bombeando. Pese a valorar la actuación de la Administración andaluza, el presidente de la Asociación Cañada de Las Norias, José Antonio Vargas, lamentó que, como pronto, “las obras no serán adjudicadas hasta enero y eso supone que, como mínimo, hasta marzo, no comenzarán”. De cumplirse estos plazos, según comentó, “la campaña 2012/2013 está en duda”, ya que de estas obras depende que se pueda iniciar el ejercicio.

de las aguas de los acuíferos como consecuencia de la sobreexplotación a la que fueron sometidos, se abandonó su explotación, por lo que los niveles freáticos se recuperaron, alcanzando las actuales cotas, causando las inundaciones conocidas en el entorno de las balsas.

‘CRISIS DEL PEPINO’

■ I. F. G.

La consejera andaluza de Agricultura y Pesca, Clara Aguilera, aseguró recientemente que Andalucía ha cumplido “en tiempo y forma” con el pago de las ayudas a los agricultores afectados por la crisis de la ‘E. coli’. En este sentido, Aguilera afirmó que “la Junta ha cumplido de forma ejemplar con los plazos marcados por los Reglamentos Europeos, pese a ser la región más afectada y, por tanto, con mayores solicitudes que tramitar”.

La consejera andaluza hizo estas declaraciones tras anunciar desde la Comisión Europea (CE) que Bruselas penalizará a España con

Junta asegura que pagó las ayudas de la ‘E. coli’ “en tiempo y forma”

una reducción de su ayuda asignada para compensar las pérdidas sufridas como consecuencia de la ‘crisis del pepino’, debido al retraso en el pago de los agricultores afectados. Según la CE, cuando se adoptó la decisión de compensar esos daños, los Estados miembros se comprometieron a pagar a los productores entre finales de agosto y mediados de octubre. Sin embargo, en el caso de España, y según

afirmaron, a fecha 15 de octubre, España sólo había repartido 47 millones de euros entre los agricultores que solicitaron indemnización, el 66% de los 71 millones asignados por Bruselas.

Clara Aguilera insistió, en cualquier caso, en que, en Andalucía, se habían hecho efectivos todos los pagos antes de la fecha límite del 15 de octubre, gracias a la coordinación entre los equipos de las de-

legaciones provinciales que se han encargado de tramitar la recogida de datos y los servicios centrales de la Dirección General de Fondos Agrarios.

MULTAS

Según explicaron desde la CE, todos los pagos que se hicieran a partir del 15 de octubre se considerarán tardíos y serán penalizados en

un porcentaje que aumentará en función del retraso. De este modo, la multa de los pagos que se realicen entre mediados de octubre y mediados de noviembre será del 5%, lo que significa que la CE sólo reembolsará el 95% del montante realizado. La multa aumentará progresivamente hasta llegar, incluso, al 50% en el caso de los pagos realizados entre mediados de enero y febrero.

Desde las organizaciones agrarias de la provincia criticaron esta posible penalización. De este modo, Francisco Vargas, presidente de ASAJA-Almería, lamentó que, por un tema de autonomías, haya que devolver parte de las cuantías.

TENSIÓN

El campo 'explota' contra las grandes cadenas de distribución europeas

COAG HA EMPRENDIDO UNA CAMPAÑA CONTRA LOS GRANDES 'SÚPER', YA QUE CONSIDERA QUE TIENE UN PACTO PARA FIJAR PRECIOS BAJOS

Rafa Villegas

Lo que está sucediendo esta campaña en el sector de las frutas y hortalizas de Almería no había ocurrido nunca. Todos y cada uno de los productos que se cultivan y comercializan desde la provincia se encuentran inmersos en una profunda crisis de precios que está llevando a la desesperación a los agricultores. Por ello, la organización agraria COAG ha iniciado un calendario de acciones contra las que consideran las culpables reales de esta situación, como son las grandes cadenas de distribución.

Así, el pasado martes 29 de noviembre, el secretario provincial de COAG-Almería y responsable estatal de Frutas y Hortalizas de esta organización agraria, Andrés Góngora, fue el encargado de presentar, a las puertas del centro comercial Carrefour de la capital almeriense, el programa de movilizaciones que llevarán a cabo en solitario en las próximas semanas. Además, ese mismo día, los responsables en España de cada una de las cadenas de distribución recibieron una carta firmada por el secretario general de COAG, Miguel López, pidiéndoles diálogo



■ Momento de la rueda de prensa de COAG frente al Carrefour de la capital almeriense. / FHALMERIA.

y avisándoles del comienzo de las acciones reivindicativas.

PARO AGRARIO

La primera iniciativa no se va a hacer esperar y tendrá lugar el próximo sábado 3 de diciembre. Se trata de un paro agrario en toda la provincia. Pero la protesta de COAG-Almería no se queda ahí y como bien ha explicado el secretario provincial de la organización agraria, Andrés Góngora, “también vamos a llevar nuestra protesta a las puertas de todos y cada uno de los supermercados de las principales cadenas de distribución, especialmente alemanas, aunque también francesas”. Y es

que, como ha explicado, “nos ratificamos en que están llevando a cabo acuerdos tácitos entre ellas para fijar precios irrisorios que sólo llevan a la ruina al agricultor”, ha asegurado.

Además, Góngora ha avisado que estarán “en la puerta de los supermercados de estas cadenas de distribución en la capital cada sábado hasta que mejore la situación”.

La organización espera el apoyo de todo el sector

La organización agraria COAG-Almería se está reuniendo con representantes de todo el sector, especialmente de la comerciali-

zación, como es el caso de los representantes de las alhóndigas, ECOHAL, y de las cooperativas y SAT's, COEXPHAL, para intentar convencerles de la necesidad de que colaboren el próximo sábado 3 de noviembre para que el paro agrario sea todo un éxito.

Y es que, como ha asegurado su secretario provincial, Andrés

En la misiva enviada por COAG, Miguel López les explica a los responsables de las cadenas de distribución cómo “en los últimos meses se está recrudeciendo la situación de grave crisis de precios en origen que arrastra el sector desde la campaña 2008/2009”. Les comunica, asimismo, que “las cotizaciones en el campo se han instalado en niveles ruinosos, muy por debajo de los costes de producción, situación que por su continuidad en el tiempo provocará, sin duda, el colapso del sector productor, el abandono de explotaciones agrícolas, la pérdida de empleo, así como la pérdida económica productiva de dicho sector”.

López avisa a los responsables de las cadenas de distribución en España de que va a convocar una serie de actos de protesta y les insta a “una mayor responsabilidad en sus actos a la hora de los intercambios comerciales entre la gran distribución y la producción y, en especial, les solicitamos que consideren la existencia de unos costes de producción para los productores hortofrutícolas”. También les insta “a comunicar a sus responsables superiores competentes que inicien un proceso de diálogo y entendimiento que evite situaciones no deseadas para ambas partes”.

Góngora, “desde que estoy en COAG, hace ya siete años, he luchado por intentar conseguir una unidad de acción en el campo”. Góngora tiene claro que para poder hacerle frente a las grandes multinacionales de las cadenas de distribución Almería no se le puede enfrentar con la separación y segmentación que tiene en la actualidad.

TUTA absoluta

La Tuta Absoluta, más conocida como la polilla del tomate, se ha convertido en la principal amenaza de los cultivos de tomate.



Defectos en la piel producidos por la Tuta.

Hasta...

...Hoy



TRICHO control



(Trichogramma achaei)

Una verdadera revolución en el control biológico. Con una probada **eficacia (92-98 %)** especialmente adaptado a las condiciones climáticas de Almería. Hoy los productores de tomate tienen al alcance de la mano un insecto capaz de controlar **limpiamente** la plaga más dañina en ese cultivo.

¡SOLUCIÓN ABSOLUTA!

Agrobío

POR SEPARADO

Las organizaciones agrarias emprenden cada una sus acciones por su cuenta

LA PRIMERA EN DAR UN PASO ADELANTE HA SIDO COAG. TAMBIÉN HAN ANUNCIADO PROTESTAS EN UPA Y ASAJA ESTÁ PENSÁNDOSE QUÉ HACER

■ Rafa Villegas

La tan deseada unidad de acción, consistente en organizar actos de protesta unidos y buscar soluciones conjuntamente ha quedado descartada, al menos de momento, por parte de las tres organizaciones agrarias más representativas de la provincia, como son COAG, ASAJA y UPA. El campo exigía una respuesta común pero, según ha afirmado el secretario provincial de COAG, Andrés Góngora, “desde ASAJA no acababan de decidirse si sí o si no y lo que no podemos hacer, como está la situación en el campo, es quedarnos parados, de brazos cruzados”.

Así, mientras el presidente de ASAJA-Almería, Francisco Vargas, presentaba el pasado martes 29 de noviembre, junto a la Subdelegación del Gobierno, una campaña para informar sobre las novedades referentes al Régimen Especial



■ Acción de COAG frente a las puertas del Lidl de Piedras Redondas en noviembre. /FHALMERÍA

Agrario de la Seguridad Social (RE-ASS), apenas dos horas más tarde, Andrés Góngora informaba a los medios de comunicación, a las puer-

tas del centro comercial Carrefour de la capital almeriense, del calendario de movilizaciones que habían aprobado unilateralmente. No obs-

tante, el secretario provincial de COAG, desde el minuto uno, se ha puesto en contacto con los representantes de la comercialización, es decir, ECOHAL y COEXPHAL, para intentar contar con su apoyo de cara al Paro Agrario del próximo sábado 3 de diciembre.

El presidente de ASAJA-Almería, por su parte, ha explicado que aún no tienen claro si se van “a manifestar o no próximamente”. Y es que, como ha explicado, están “hablando con comercializadoras, asociaciones de distribución de productos e incluso COAG para decidir una acción que sea positiva para el campo y no lo contrario”.

Finalmente, en cuanto a la otra organización agraria con más peso en el sector en el conjunto de la provincia de Almería, como es el caso de UPA, ni ASAJA ni COAG se han puesto en contacto con ningún representante de la misma para organizar en conjunto ningún tipo de acción.

La secretaria general de UPA-Almería, Francisca Iglesias, ha asegu-

rado que tienen pensadas, por su cuenta, una serie de acciones para protestar por la situación de crisis de precios que están padeciendo desde el principio de la campaña los agricultores almerienses.

Así, según ha confirmado Iglesias, “tenemos previsto realizar una manifestación, que casi con toda seguridad, tendrá lugar a principios de diciembre”. En la misma, como ha asegurado, “vamos a criticar, una vez más, que la Unión Europea derive la responsabilidad de controlar la entrada de productos procedentes de países terceros a sus estados miembros”. Y es que, según ha lamentado, “de esta manera sucede lo que sucede, que países como Francia, con tal de mantener excelentes relaciones comerciales con Marruecos, dejan pasar todos los kilos”.

Lo cierto es que hay una cosa clara. Y es que, si se le planta cara a las grandes cadenas de distribución europeas por separado éstas se hacen más grandes. Existen demasiadas comercializadoras en Almería y poca unidad de acción.

La crisis es aún más grave por el cierre del crédito de la banca

La campaña hortofrutícola ha comenzado con una crisis de precios que afecta a todos y cada uno de los productos, pero es que hay un factor que agrava muchísimo esta situación. Y es que el cierre por parte de las cajas y bancos del grifo del crédito va a provocar situaciones difíciles en el campo. El presidente de ASAJA-Almería, Francisco Vargas, asegura que “lo peor va a llegar en los próximos meses”.



■ Entidad financiera. /FHALMERÍA

Edita: CIA, S.L.

Director: José Antonio Gutiérrez Escobar.

Departamento Comercial y Publicidad: Noelia Blanco Alchapar

Teléfonos: 950 57 13 46 y 679 464 490. Fax: 950 57 21 46. E-mail: publi@fhalmeria.es - comercial@fhalmeria.com.

Dirección: Paseo de Santa María del Águila, 58 - 2º E. 04710 SANTA MARIA DEL ÁGUILA - EL EJIDO (Almería).

Imprime: Corporación Gráfica Penibética

Dép. Legal: AL-2839-2007 - ISSN 1889-4836

Coordinación general: Verónica Bono Casas. Redacción: Elena Sánchez García, Isabel Fernández González y Rafael Villegas Alarcón.

Fotografía: Archivo Comunicación e Información Agraria, S.L. (CIA).

Email: fhalmeria@fhalmeria.com - info@fhalmeria.com - redactor1@fhalmeria.com -

redactor2@fhalmeria.com - redactor3@fhalmeria.com

Portal web: www.fhalmeria.com - www.periodicoagricola.com - www.fhalmeria.es

Dirección: Paseo de Las Lomas, 157 - bajo. 04700 EL EJIDO (Almería). Telfs: 950 57 13 46 y 628 08 02 60.

EN BREVE

**PEPINO
BAJA**

El pepino es uno de los productos que peores precios están registrando en este inicio de campaña. De hecho, el que peor está es el Almería que no supera los 23 céntimos de euro, como primer corte. El pepino negro corto está algo mejor, a unos 40 céntimos, mientras que el que registra cotizaciones mayores es el francés que roza los 42 céntimos de euro.

**PIMIENTO
MANTIENE**

A niveles generales, el pimiento muestra precios más similares al mes pasado. El peor es el California rojo que no supera los 46 céntimos, mientras que el verde y el amarillo rozan los 50 céntimos de euro. Los italianos mantienen la tónica de los 60 céntimos el kilo y, el mejor, el morrón rojo que supera los 0,65 euros.



■ Pimientos. / FHALMERIA

**CALABACÍN
SUBE**

Esta hortaliza ha experimentado un descenso en sus cotizaciones en los últimos días de noviembre. Algo mejor está el calabacín convencional que registra 48 céntimos de euro como primer corte, pero el gordo se mantiene en los 43 céntimos de euro.

**BERENJENA
MANTIENE**

Aunque hay disparidad de precios entre un tipo de berenjena y otro, a niveles generales, los precios se mantienen. La peor posicionada es la berenjena larga que en estos días no logra subir de los 45 céntimos de euro. Sin embargo, la berenjena rayada está mejor y supera los 65 céntimos el kilo.

**JUDÍA
SUBE**

La judía, uno de los productos que mejor se mantienen a lo largo del año, está mostrando una pequeña subida en precios en estos días. De hecho, la perona larga está cotizando a 2,15 euros el kilo, como primer corte, mientras que la perona roja cierra las pizarras a 1,75 euros. La stryke está algo peor, a 2,05 euros el kilo.

NO CUBRE GASTOS DE PRODUCCIÓN

COAG denuncia que las principales frutas y hortalizas se venden a pérdidas

■ I. Fernández

La organización agraria COAG ha denunciado que las principales frutas y hortalizas, entre ellas tomate, lechuga, pimiento, calabacín o pepino, se están vendiendo a pérdidas,

ya que el precio percibido por el agricultor ni siquiera cubre los gastos de producción estimados por el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM). Así, por ejemplo, sólo en el caso del pimiento, éste se vende a unos 0'30 euros el

kilo, cuando producir ese mismo kilo cuesta 0'67 euros. Para COAG, las grandes cadenas de distribución son las principales culpables de esta situación, que califican de "ruinosa", y exigen una Ley de Mejora de la Cadena Agroalimentaria.



■ Producción de tomate en la provincia almeriense. / FHALMERIA

**La mejor selección
para el mercado europeo**

Costa de Almería
H O R T O F R U T I C O L A

Ctra. de la Mojonera, Km. 3 • Apdo. de Correos 446
04740 Roquetas de Mar • Tfno: 950 326 232

AIRE FRESCO

“El mayor reto es que comercialización y producción tengan más representación”

EL NUEVO PRESIDENTE DE LA INTERPROFESIONAL ABOGA POR “EJERCER COMO COLECTIVO, OLVIDÁNDONOS DE LA INDIVIDUALIDAD”

■ CIA

Francisco Góngora Cañizares lleva 42 años vinculado al sector agrícola de Almería a través de la banca, donde ha pasado por casi todos los trabajos relacionados con la atención al público. Una vez que la entonces llamada Caja Rural de Almería comenzó su expansión fue director de la zona de Poniente de Almería y director territorial para la provincia. Posteriormente fue nombrado subdirector general. En abril de 2006 se incorporó al Consejo rector de Cajamar como vocal y consejero delegado para el sector Agroalimentario

-Como nuevo presidente de la Organización Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía, HORTYFRUTA, ¿cuáles son los principales retos que quiere afrontar a corto plazo?

-A mi entender el principal reto a afrontar en HORTYFRUTA en esta nueva etapa y siguiendo las líneas anteriores, es el de conseguir la representación más amplia posible de los sectores de Producción y Comercialización. Conseguir que todos los actores del sector estén representados en ella, tiene que ser un objetivo permanente de la Interprofesional. Me consta que desde su constitución es y ha sido un objetivo recurrente, pero aún no se ha conseguido, es más, según noticias recientes, la salida del Colegio de Producción de COAG y ASAJA, hacen que HORTYFRUTA esté más incompleta de lo que ya estaba antes y lo estará mientras falte alguien de los que deben estar hasta integrar a todo el sector.

-¿Qué análisis haría de la situación actual del sector hortofrutícola andaluz?

-El sector hortícola andaluz, como la mayoría de los sectores productivos, pasa por una situación tan complicada que puede hacer temer a largo plazo por su sostenibilidad, ya que en los últimos años ha tenido que soportar unos incrementos importantes de los precios de los insumos y en ge-

FRANCISCO GÓNGORA
PRESIDENTE DE HORTYFRUTA

neral de los costes de producción, lo que no ha ido acompañado, como sería lógico, de un incremento de los ingresos derivados del precio de venta de los productos, lo que ha estrechado de forma importante el margen de producción. Si a esto añadimos una importante crisis de consumo y los precios tomando sostenidamente valores mínimos, se puede decir que la actividad agraria está cada vez más cerca de valores de incompetencia productiva.

-¿Cuál es para usted el problema más grave al que actualmente se tiene que enfrentar HORTYFRUTA?

-Creo que a corto plazo el que se deriva de lo dicho en la pregunta anterior, por la repercusión que tiene en el sector productor, primer y más determinante eslabón de la cadena agroalimentaria. A medio y largo plazo, buscar y encontrar mecanismos de intervención en toda la cadena, de forma que con la participación de todos los intervinientes, se pueda llegar a acuerdos beneficiosos para todos, desde el principio hasta el final, donde no haya extremos fuertes y débiles, donde unos se benefician y solo se perjudican los de siempre, sino que todos, dentro de cánones razonables y convenientes obtienen beneficios en orden a los riesgos que soportan y todo ellos con una orientación clara hacia el consumidor final. Y esto solo puede conseguirse entre todos desde la Organización Interprofesional de Frutas y Hortalizas.

-¿Cuál es desde su punto de vista la mayor fortaleza de la Organización Interprofesional?

-Creo que la contestación a esta pregunta, en gran medida, se inicia en los últimos párrafos de la respuesta a la pregunta anterior, pero abundando más, sus mayores fortalezas a mi entender, están por desarrollar, pero siempre partiendo de la fortaleza que da la unión sinérgica de todas las fuerzas. La dispersión solo acarrea esfuerzos baldíos con resultados más que cuestionables, ni buenos ni malos, pero que no benefician al colectivo. En la Interprofesional, hay que ejercer en colectivo, olvi-



dándonos de la individualidad, aunando esfuerzos y espíritu solidario. Los resultados se verán a medio plazo. Este sector tan potente no es consciente del potencial que puede conseguir y desarrollar trabajando unido. El Decreto de Tipificación, mediante el cual se ha establecido un sistema que aporta transparencia y calidad a los mercados en origen, las Normas de Producción, que han permitido mejorar la imagen del sector y sus productos en los mercados de destino, gestionar de forma rápida las crisis de imagen que ha sufrido el sector, así como contrarrestar campañas de desprestigio; normas de calidad que propician en envío de productos de primera calidad y asegura un abastecimiento correcto al consumidor, no se podrían haber abordado desde fuera de HORTYFRUTA.

-Después de estar más de 25 años pidiendo la creación de una Interprofesional, actualmente hay algunos que no ven muy claro para qué sirve. ¿Podría explicar cuál es el trabajo que HORTYFRUTA desarrolla en pro del

sector hortofrutícola andaluz?

-En este apartado y aunque en las cuestiones anteriores ya ha quedado patente el trabajo que se desarrolla y con pocos medios, es mejor recurrir a los objetivos de la Organización, que le vienen encomendados por la Ley 1/2005 y que son: fomentar la mejora de la calidad de los productos; dotar a la producción y a la industria de criterios de calidad, asegurando la trazabilidad de los productos de origen a destino; mejorar la sanidad vegetal y garantizar la seguridad alimentaria de los productos hortofrutícolas; así como facilitar la coordinación y el entendimiento entre la oferta y la demanda, promoviendo un mejor conocimiento de los mercados, dotando al mercado de mayor eficacia y transparencia. También es necesario servir como instrumento para la transmisión e incorporación de las innovaciones técnicas a los procesos productivos; impulsar la promoción y defensa de los productos hortofrutícolas; velar por la eficacia y transparencia de la información que los consumidores re-

ciben sobre los productos, así como facilitar su acceso a dicha información; fomentar la defensa del medio ambiente; desarrollar acciones que permitan una mejor orientación de los productos agroalimentarios a las necesidades del mercado; promover programas de investigación y desarrollo; y elaborar estudios, informes y estadísticas sobre el sector.

Creo que estos objetivos dan mucho de sí y definen bastante fielmente, no solo lo que se hace, sino todo lo que se puede hacer, los únicos condicionantes, como siempre, son los medios disponibles.

-¿Cómo ve el futuro de HORTYFRUTA?

Aunque de la contestación de las preguntas anteriores, se pudiera derivar un cierto halo de pesimismo, ya que no podemos abstraernos de la realidad, mi opinión es altamente positiva y veo el futuro muy esperanzado, eso sí, si somos capaces de hacer lo que debemos hacer, que creo que queda dicho, pero sobre todo si lo hacemos unidos y paso a paso.

EL FITOFORTIFICANTE CON ACCIÓN PREVENTIVA-CURATIVA ES UNA CREACIÓN DEL GRUPO AGROTECNOLOGÍA

Los ensayos hechos en pepino y lechuga avalan la efectividad anti mildiu de "Milagrums Plus"

E. S. G.

Los resultados de Milagrums Plus están avalados por ensayos independientes realizados por Promo-vert Crop Services S.L. en Cucumis sativus (pepino) en invernadero en Almería y en Lactuca sativa (lechuga) en campo abierto en Alicante. En ambos ensayos se pone de manifiesto la efectividad de Milagrums Plus, que es capaz de minimizar los efectos depresivos de la enfermedad en más de un 95%, en los primeros síntomas de enfermedad. La superioridad de Milagrums Plus, también queda reflejada en los resultados de los ensayos internos realizados junto con otros productos de origen natural en Brócoli (Brassica oleracea var. Itálica) y pepino (Cucumis sativus).

La acción de este producto se debe

a que está enriquecido con fosfoglicéridos en un 60%. Contiene, además, extractos de fermentación, un 0,1%, procedentes de extractos vegetales específicos.

La dosis recomendada es de 250-300 cc/hl (aplicación foliar).

Este producto es totalmente natural y por ello no tiene residuos, ni plazo de espera.

Una gran ventaja para su uso es que no ocasiona problemas de toxicidad debido a su origen natural, no supone un riesgo para la salud, aunque debe utilizarse siguiendo las instrucciones de la etiqueta.

Sus creadores recomiendan no mezclar con productos de fuerte reacción alcalina o ácida.

Cuando se aplica en la planta es necesario mojar bien todas las partes verdes de la planta para su óptimo funcionamiento.

Milagrums Plus es un formulado procedente de ácidos grasos específicamente seleccionados, indicado como fitofortificante con alto contenido en fosfoglicéridos naturales. Posee una elevada concentración de estimulantes vegetales (MPA80) y proteínas (MPP20) residuales modificadas, fruto de un proceso exclusivo de fermentación aeróbica realizada por un complejo de bacterias aeróbicas. Su fórmula única a base de componentes antioxidantes y elicitores le confiere un carácter fitofortificante propio para la iniciación de la resistencia de las plantas. Actúa como biocatalizador inductor de defensa en los tejidos vegetales con efecto preventivo-curativo frente a todo tipo de Mildiu, tales como Pseudoperonospora cubensis, Phytophthora infestans, Plasmopara vitícola, Bremia lactucae,



Los técnicos se interesan por los resultados de Milagrums Plus. / FHALMERÍA

etc., previniendo y contrarrestando las infecciones producidas por los patógenos. Milagrums Plus es apto para ser utilizado como insumo en agricultura ecológica y recomendable en los programas de tratamien-

tos de protección integrada o cero residuos. No tiene plazo de seguridad, no produce problemas de resistencias debido a su origen natural. Es un producto de investigación del Grupo Agrotecnología.

NUEVO

¡Stop al Mildiu!





MILAGRUM PLUS®



- Producto natural con carácter FITOFORTIFICANTE, preventivo-curativo para el tratamiento de Mildiu en Hortícolas. Se puede utilizar preventivamente o al inicio de la enfermedad.
- Elevada eficacia.
- Sin plazo de seguridad.
- Apto para agricultura integrada y ecológica.
- Respeto la fauna auxiliar.

Ensayo comparativo de Milagrums Plus con un tratamiento ecológico de otra marca




Con Milagrums Plus

Tratamiento ecológico de otra marca

Ensayo en cultivo de pepino en Almería - Incidencia de enfermedad

% de Eficacia de los tratamientos referido al % de hojas dañadas por Pseudoperonospora cubensis en todo el invernadero. (Resultado medio de 4 repeticiones de 25 muestras de hojas cogidas al azar en el invernadero)

PRIMEROS SÍNTOMAS Abril 18, 2011		PRESIÓN MEDIA Mayo 3, 2011		PRESIÓN ELEVADA Mayo 17, 2011	
Milagrums Plus 3,0 ml/l	Producto químico 0,25% v/v	Milagrums Plus 3,0 ml/l	Producto químico 0,25% v/v	Milagrums Plus 3,0 ml/l	Producto químico 0,25% v/v
Ensayo externo realizado por Promo-vert Crop Services S.L. en Cucumis sativus (pepino) en invernadero en Almería 2011					




grupo agrotecnología®

www.agrotecnologia.net

RECUPERACIÓN

Exportaciones crecen un 20% en valor en septiembre

I. F. G.

El valor de las exportaciones provinciales de hortalizas se incrementó en un 20% durante el pasado mes de septiembre, hasta los 37 millones de euros, según los últimos datos hechos públicos por la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca. Esta cantidad se corresponde con la comercialización en los mercados foráneos de 55.400 toneladas de hortalizas, un 47'7% más que un año antes. Las frutas, por su parte, no corrieron igual suerte y, de hecho, sus ventas al exterior se redujeron un 12% en volumen, hasta las 3.490 toneladas, y un 10% en valor, hasta los 2'3 millones de euros. El delegado provincial de Agricultura y Pesca, José Antonio Salinas, valoró estos datos, si bien reconoció que "este aumento de las exportaciones hortofrutícolas de septiembre se debe al comportamiento de las hortalizas, ya que las frutas han perdido presencia y valor en los mercados exteriores".

Asimismo, y en lo que respecta al acumulado de los meses de enero a septiembre, pese a los malos datos de junio y julio, el volumen exportado sigue arrojando un balance positivo, aunque no así su valor. De este modo, las cifras manejadas por la Delegación del ramo revelan que, en los nueve primeros meses del año, el sector almeriense de frutas y hortalizas exportó 1'32 millones de toneladas, un 12% más que en el mismo período de 2010. El valor de estas ventas, en cambio, se redujo en un 2'6%, pasando de los 1.146 millones de hace un año a los 1.126 millones de 2011.

PRODUCTOS

Por productos, el tomate, una vez más, vuelve a encabezar el ranking y sigue siendo la hortaliza más internacional de la provincia, con 319'4 millones de euros entre enero y septiembre, el 21'3% del total. El podio lo completan el pimiento, con 270 millones de euros, el 18% de la cuota de exportaciones, y el pepino, con 129'7 millones, el 8'7% del total comercializado por la provincia en los mercados exteriores.

ALERTA SANITARIA EN ALEMANIA

El Gobierno aprueba compensaciones para los trabajadores afectados por la 'crisis del pepino'

LA DETECCIÓN DEL BROTE DE 'E. COLI' TRAJÓ CONSIGO EL DESPIDO PREMATURO DE 20.000 TRABAJADORES DEL MANIPULADO

Isabel Fernández

El Gobierno aprobó, en el Consejo de Ministros del pasado 18 de noviembre, el Real Decreto Ley que establece las medidas de compensación para los trabajadores del sector agrícola que se vieron afectados por la 'crisis del pepino', que tuvo lugar a finales del pasado mes de mayo y que puso un punto y final anticipado a la campaña hortofrutícola. De este modo, el acuerdo adoptado establece que el Gobierno compensará a estos trabajadores por la disminución de sus cotizaciones, a causa de las jornadas de trabajo perdidas, y lo hará mediante la suscripción de un Convenio Especial con la Tesorería General de la Seguridad Social, que se financiará con cargo a los presupuestos del Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE). Para que estas compensaciones puedan hacerse efectivas, los trabajadores que hayan visto reducida su actividad laboral como consecuencia de la 'crisis del pepino' tendrán que acreditar esa situación de inactividad en una empresa afectada durante el



El volumen de trabajo se redujo drásticamente a causa de la 'crisis del pepino'. / FHALMERÍA

período de mayo a julio en el ejercicio de 2011. La aprobación de estas compensaciones por parte del Ejecutivo vienen a sumarse a las que ya aprobó la Comisión Europea y que, en este caso, se destinaron a resarcir los daños sufridos por las empresas españolas que fueron acusadas injustamente del brote de 'E. coli' surgido en Alemania a finales del mes de mayo y que se cobró decenas de vidas.

Sólo en el caso de la provincia almeriense, y en el sector del ma-

nipulado, desde la Federación de Trabajadores Agroalimentarios de UGT-Almería alertaron, en su momento, del despido prematuro de 20.000 empleados como consecuencia del brusco descenso en los volúmenes de trabajo. Precisamente por ello, la demora en la aprobación de estas concesiones para los trabajadores afectados puso en pie de guerra ya en el mes de septiembre a los sindicatos en la provincia de Almería, que consideraban que era necesario resarcir

a estos empleados. Desde un primer momento, tanto UGT como CC OO exigieron al Ejecutivo que se contemplaran como jornadas completas trabajadas aquellas en las que sólo se había trabajado unas horas como consecuencia de la reducción drástica del volumen de trabajo en las comercializadoras hortofrutícolas y, ante la falta de respuesta, los sindicatos llegaron a plantearse, incluso, movilizaciones que, tras conocer la noticia, quedarían en suspenso.

AUMENTO DE LOS COSTES

El precio astronómico del gasóleo limita la rentabilidad en todo el sector agrícola

R. Villegas

Las empresas de transporte de productos hortofrutícolas, agricultores, apicultores y ganaderos están muy preocupados por el importante ascenso que se está produciendo del precio del gasóleo. Además, si bien es cierto que existe un gasoil subvencionado para el campo, en la provincia tiene acceso a él un porcentaje muy bajo. Y es que, como ha explicado el presidente de ASAJA-Almería, Francisco Vargas, "cualquier tractor o traspaleta que salga a la vía pública, los camiones

pequeños y las furgonetas que usan los productores para transportar el género a las comercializadoras no se benefician de la ayuda".

Lo cierto es que el precio del gasóleo A se aproxima a valores récord y, además, está ya a tan solo un céntimo de euro el litro de la cotización de la gasolina. En algunos surtidores, incluso, ha llegado a sobrepasar ya el umbral de los 1'30 euros, lo que implica un encarecimiento del 9% desde que comenzara este 2011, así como del 14% respecto a hace un año.

La secretaria general de UPA-Almería, Francisca Iglesias, lamenta, por su parte, que "el precio de este combustible nunca coincide con las oscilaciones de las cotizaciones del barril de Brent, el que tiene como referencia la Unión Europea, por lo que se sospecha que existe un acuerdo tácito entre las petroleras para subir y bajar el mismo según les convenga". Iglesias ha lamentado, del mismo modo, que "no se subvencione, además del gasóleo que se destina para el transporte de pequeños camiones y furgonetas agrícolas, el carburante que, por ejemplo, se utiliza para poner en marcha y mantener la calefacción, ya sea en invernaderos o en granjas, normalmente avícolas".

PETICIONES

La situación, como ha explicado el secretario provincial de COAG,

Andrés Góngora, no es fácil tampoco "para los apicultores, que tienen que transportar sus colmenas de un lugar a otro y se les ponen muy cuesta arriba los costes que tienen que soportar por el elevado precio que tiene en la actualidad este combustible". Además, ha recordado que desde COAG están luchando para intentar conseguir "un mayor acceso al gasóleo agrícola por parte del sector. Pedimos que nuestros pequeños camiones lo puedan utilizar porque el precio del diésel a día de hoy es desorbitado".

Francisco Vargas ve la situación muy complicada y sólo contempla una solución, "que incluyan un gasoil profesional para el sector agrario que tenga un precio social que garantice que esta economía, que le da trabajo a más de 100.000 personas en la provincia, siga funcionando y creando riqueza".

Especial Fruit Attraction 2011

EN LA TERCERA EDICIÓN HA DOBLADO EL NÚMERO DE VISITANTES Y SE HA LLEGADO A LOS 561 EXPOSITORES

La feria de Madrid es ya el mayor referente de la comercialización hortícola en España

LA EDICIÓN DE 2012 DEL EVENTO MADRILEÑO TENDRÁ LUGAR DEL 24 AL 26 DE OCTUBRE. Y ES UNO DE LOS POCOS EVENTOS CON ÉXITO.

■ José Antonio Gutiérrez

La última edición de la feria Fruit Attraction de Madrid ha sido un verdadero éxito para las empresas almerienses allí representadas por el importante volumen de negocio desarrollado directamente con el importador.

En esta edición han participado 561 expositores directos que han representado a 1.127 empresas, según los datos auditados por la UFI (Unión de Ferias Internacionales). Del total de expositores, el 19% eran extranjeros, con una importante presencia de la industria europea especialmente de empresas procedentes de Francia, Italia y Portugal.

Asimismo, la organización del Salón ha cumplido una de sus principales pretensiones para esta convocatoria de 2011: aumentar la presencia de compañías latinoamericanas contando con, entre otras nacionalidades, la participación de empresas llegadas desde Brasil, México y Argentina.

Entre las empresas presentes en



■ LECHUGA LEVITANDO. Algunos stands resultaron ser muy originales. / FHALMERÍA.

Fruit Attraction 2011 el segmento más representado, significando el 79% del total, han sido los productores, mientras que el 18% pertenecía a la industria auxiliar y el 3% a la prensa especializada. El aumento de la participación ha supuesto un incremento también de la superficie expositiva ocupando 14.615 metros cuadrados netos de exposición de

los pabellones 7 y 9 de Feria de Madrid, un 26,8% más que en 2010.

En conjunto, Fruit Attraction ha recibido a 26.492 participantes profesionales, de los que 18.473 eran visitantes, un 47,3% más que en 2010. Del total de visitantes, 3.371 provenían de fuera de España y pertenecían a 92 nacionalidades, que se sumaron a los profesionales espa-

ñoles, lo que significa un crecimiento de la asistencia internacional de un 81%.

La importante participación registrada en Fruit Attraction 2011 revela el indudable interés del Salón para el sector y confirma que se ha consolidado como una cita de referencia para el mercado hortofrutícola de todo el mundo. Además,

según los datos que se desprenden de las encuestas realizadas durante la Feria, el visitante de Fruit Attraction es un profesional con alto poder de decisión en su empresa, fundamentalmente, importadores, responsables de compra de grandes cadenas de supermercados y otros operadores comerciales. Una parte los visitantes internacionales, exactamente el 25% del total de extranjeros, ha acudido a Fruit Attraction invitados por el Salón y seleccionados por los propios expositores según sus intereses comerciales.

Con este Programa de Compradores Internacionales, que se realiza en colaboración con la Cámara de Comercio de Madrid, se pretende impulsar las transacciones comerciales de las empresas participantes -especialmente al potente sector exportador español-, ante mercados consolidados como Francia, Italia, Benelux, Alemania o Reino Unido. Al mismo tiempo, en una misión inversa organizada junto al ICEX, se ha pretendido acercar a los participantes a nuevos mercados de gran potencial importador como Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudita, Qatar o Países del Este, con el objetivo de que los empresarios puedan crear nuevas oportunidades para diversificar su negocio.

LA FERIA EN FOTOS

El diseño de la feria resultó ser muy llamativo por el color de las frutas y hortalizas

■ José Antonio Gutiérrez

Basta con mirar las fotos de la última edición para advertir quiénes son los que estuvieron allí y cómo. Aunque es una feria para la comercialización de las frutas y las hortalizas, muchas empresas del sector auxiliar de la agricultura también quisieron estar presentes en la edición mostrando sus productos en apoyo de la producción y la comercialización.

Ante todo, es una feria profesional y se notó en todo momento. La

cita de este año ha querido ser mucho más innovadora y ha querido aportar todo tipo de eventos para el debate y la presentación.

Por citar algunas de las entidades presentes, amén de las comercializadoras, baste indicar que hubo productoras de insectos y productos para lucha integrada, cartoneras, entidades bancarias con ofertas específicas para el sector, entidades multinacionales de semillas, seguros agrarios, maquinaria y embalaje, entre otras muchas. Fruit Attraction ha mostrado al mundo la

gran huerta que es España y la gran variedad de cultivos que se dan en los diferentes puntos de la geografía española.

La calidad ha sido una referencia presente y año tras año los cambios, en este sentido, se van a notar aún más.

Las empresas presentes se esforzaron por llamar la atención con diferentes actividades y con unos diseños muy espectaculares.



Compo, una firma de peso .- La empresa Compo llevó su oferta a la cita madrileña. Para obtener buenas hortalizas o frutas, primero hay que mimar a las plantas.



Vilmorin es innovación .- El eslogan de la firma lo dice todo. Investigación y desarrollo para mejorar sus productos y competitividad.



Los señores del cartón .- Jaime Pérez, Miguel Hernández, Paco Vargas y otros amigos en el majestuoso stand de Smurfit Kappa en la feria de Madrid. Los ejecutivos de la multinacional, siempre tan atentos con sus clientes y amigos.



Sotrafa, líderes en plásticos agrícolas .- Los mayores productores de plástico agrícola de Almería, con sus clientes.



Cajamar, siempre con el sector agrario .- Si por algo se ha caracterizado siempre la caja de los agricultores es por estar siempre al lado del sector agrario. Allí estaban.



Sakata, espectacular .- No es una firma muy conocida en Almería, pero en Madrid enseñó sus 'dimensiones'.



La Caixa, sembrando en el sector agrario .- La entidad catalana La Caixa ha puesto sus objetivos en el campo con 'AgroCaixa'.



Biobest, el impulso natural .- El empujón natural del campo almeriense son las empresas que proveen a los agricultores de productos para la lucha integrada.



IFCO, modelo de envase .- La empresa IFCO de cajas de envasado de frutas y hortalizas estuvo con sus clientes en Madrid.



Koppert, una autoridad en la lucha integrada .- Cualquier agricultor que use los productos Koppert tiene 'un sello de calidad'.

EN 2011 LA COMPAÑÍA VA A FACTURAR EL 50% DE SUS VENTAS EN EL MERCADO EXTERIOR

Semillas Fitó se consolida gracias a su fuerte expansión internacional

EN LA FERIA SE PRESENTARON LAS NUEVAS VARIEDADES, FRUTO DE SU APUESTA CONTINUA POR LA I+D+I

■ José A. Gutiérrez

Semillas Fitó ha participado por primera vez en la feria internacional Fruit Attraction con un llamativo stand que ha sido uno de los más destacados de la feria tanto por su diseño moderno y abierto al público, como por la exposición directa y didáctica de las variedades que triunfan en este momento entre los productores hortícolas.

En la feria se convocó a la prensa técnica para dar a conocer las cifras y estrategias de la compañía, que en 2011 va a superar los 60 millones de euros de facturación y prácticamente el 50% será en el mercado internacional, donde se ha producido una expansión desde 1995 en tres etapas: primero en el área Mediterránea, después en Sudamérica y ahora abordando los mercados asiáticos. Toda esta expansión se ha basado siempre en los pilares de la compañía: trabajar jun-

to al agricultor en la mejora de variedades e invertir de forma continua en innovación e I+D+i. Todo el trabajo de Investigación y Desarrollo y el profundo conocimiento de los mercados nacional e internacional se traduce en una renovación continua del catálogo de variedades de Semillas Fitó. Fruit Attraction 2011 ha sido el escaparate perfecto para presentar las múltiples novedades que se han lanzado para esta nueva campaña hortícola 2011-2012 en todas las familias de productos que desarrolla la compañía: tomate, pimiento, berenjena, melón, sandía, pepino y calabacín. En tomate se ha presentado Egara, una variedad especialmente adaptada a ciclos de primavera en invernadero, desde muy tempranos a tardíos y que da un fruto de calibre G-GG con intenso color verde. Otra novedad es Clemente, un tomate para trasplante en agosto, septiembre, enero y febrero y que da un fruto de calibre medio de color rojo intenso y elevada consistencia. Por último se ha presentado Alterio, que ya se está plantando esta campaña en los invernaderos de Almería (se trasplanta

en agosto hasta mediados de septiembre) y que da un fruto de larga vida de color rojo intenso y gran dureza.

En pimiento se han presentado dos novedades una de ellas es Deluxe, un pimiento California amarillo de trasplante en agosto y especialmente ideado para la exportación gracias a sus atributos de calidad, destacando por la uniformidad de su calibre (G), su color, consistencia y morfología a lo largo de todo el ciclo productivo. En pimiento rojo se ha presentado Sanabria, para trasplante de finales de julio a finales de agosto y de fruto muy uniforme, de excelente calidad morfológica, con una gran capacidad de aguante en planta y conservación post-cosecha.

En berenjena la gran novedad es que Semillas Fitó entra de lleno en el segmento de berenjenas ralladas con nuevas variedades para invernadero en las tipologías larga, semilarga y redonda y que se comercializarán de forma inmediata. Para el mercado italiano se ha presentado la variedad Sicilia.

En sandía se ha hecho lo propio con dos novedades destacadas



■ Eduard Fitó y Xavier Fitó explicando la estrategia de la compañía.

como son Verónica, en sandía negra sin semilla para las siembras tempranas en invernadero y que presenta un fruto redondo, muy homogéneo y de un calibre de entre 5 y 7 kg por pieza. La otra novedad es la sandía rayada sin semillas HB09007, una variedad adaptada tanto a condiciones de invernadero como al aire libre con fruto redondo, muy homogéneo y de un calibre de entre 5 y 6 kg por pieza.

En pepino hay que destacar el éxito tremendo que ha tenido esta campaña la nueva variedad Carranza, de tipo holandés y para siembras tardías con su planta verde que asegura la producción en invierno. También se entra en el segmento de pepino 'moruno' o 'pickling' con una nueva variedad que es la más oscura en su tipología.

Por último, en calabacín la novedad es Laria, muy precoz.

PRESENTARON VARIAS NOVEDADES EN ESTA EDICIÓN, ENTRE ELLAS, LA FÓRMULA PARA VENDER RAF DIRECTAMENTE A LOS HOGARES

■ José A. Gutiérrez

Agroponiente y Vegacañada, empresas de Grupo Agroponiente, han aprovechado la edición de este año para realizar algunas presentaciones de importantes novedades y confirmar su apuesta por la calidad de las hortalizas frescas que comercializan.

La presencia de ambas empresas en la feria responde fundamentalmente a tres objetivos, según el director general del Grupo, Antonio Escobar, "convertir el stand en punto de encuentro con clientes de prácticamente todos los países de Europa, abrir nuevas vías de comercialización y de acceso a clientes y presentar las últimas novedades y las características de la producción para este año.

Todo ello teniendo muy en cuenta, sobre todo este año, la excelencia que marca la filosofía del Grupo en aspectos como la seguridad alimentaria, la calidad de producto y el servicio y la imagen que satisfaga la demanda de los mer-

Agroponiente y Vegacañada llevan a Madrid la calidad de sus hortalizas



■ Antonio Escobar, gerente de Agroponiente, en el stand del Grupo en la última edición de la feria.

cados europeos". Estas empresas desplazaron a la feria a un equipo de más de 25 profesionales que prácticamente han estado todo el

evento atendiendo visitas de clientes. Se nota que hay deseos de actividad en los mercados y eso siempre es positivo para el sector.

Además de clientes, el stand de Agroponiente y Vegacañada también ha recibido varias visitas de carácter institucional.

Así, la ministra de Agricultura, Rosa Aguilar, pasó por el stand, en el que la consejera de Agricultura de la Junta de Andalucía, Clara Aguilera, estuvo departiendo con los responsables de las empresas, acompañada por la delegada del Gobierno de Andalucía en Almería, María Isabel Requena.

En otro orden de cosas, Agroponiente y Vegacañada han participado en el certamen gastronómico Fruit Fusión.

Particularmente, Agroponiente ha presentado en la Feria sus novedades de este año en marcas como Agroponiente, Poniente, Gold Quality by Agroponiente, Delicias y Oh!, así como en Bombón de Agroponiente para el melón y Hortni y fashion para la sandía.

Un capítulo aparte merece la promoción de su nueva web de venta de tomate raf on line, www.tomaterafentucasa.es, que este año comercializará esta especialidad de tomate a través de internet para toda España.

ES UN MODELO DE SERVICIO INTEGRAL PUESTO EN MARCHA HACE UN AÑO POR LA MULTINACIONAL

Los empresarios avalan el Syngenta Growing System por su gran eficacia

PRODUCTORES Y DISTRIBUIDORES HORTÍCOLAS COMENTAN EN UNAS CONFERENCIAS EN FRUIT ATTRACTION SU ALTO GRADO DE VALIDEZ

■ José Antonio Gutiérrez

El stand de Syngenta ha sido uno de los más visitados de la feria por profesionales del sector productivo, transformador y de la distribución de frutas y hortalizas, gracias a ser una de las grandes compañías del mundo que ofrece soluciones globales pensadas para toda la cadena agroalimentaria, ofreciendo desde las semillas de variedades innovadoras y pensadas para satisfacer al consumidor final, pasando por sistemas de producción integrada y de gestión que garantizan la seguridad alimentaria y el cumplimiento de los más exigentes requisitos de la gran distribución mundial.

Este concepto de dar soluciones globales a problemas concretos de la agricultura actual se refleja perfectamente en el modelo de gestión Syngenta Growing System, que ya se está implantando en grandes em-



■ Sergio Dedominici, Director General de Syngenta. / FHALMERÍA

presas productoras de frutas y hortalizas de nuestro país desde hace dos años. Precisamente, en Fruit Attraction se aprovechó para conocer algunas experiencias con este modelo de gestión por parte de dos grandes grupos de Almería.

En un acto organizado por Syngenta en el propio recinto de Fruit Attraction, se convocó a cerca de 70 profesionales del sector productor, transformador y de la

gran distribución para dar a conocer estas experiencias y los resultados de dos años de trabajo. Sergio Dedominici, Director General de Syngenta, fue el encargado de trasladar a los asistentes el mensaje de la compañía en cuanto a su apuesta por una Agricultura Intensiva Sostenible y por ofrecer soluciones integradas que respondan a las necesidades de los agricultores, de las empresas transformadoras,

de la gran distribución y de los consumidores. Agrupa Adra ha mejorado el nivel técnico y de formación con Syngenta Growing System

Este trabajo en equipo se reflejó con la intervención de los tres invitados al acto por parte de los productores y distribuidores de frutas y hortalizas y a los que introdujo David Murcia, responsable de la cadena de negocio de Syngenta. El

primero en tomar la palabra fue José Cárdenas, responsable comercial de Agrupa Adra, que valoró muy positivamente la colaboración con Syngenta ya que les ha permitido cambiar totalmente el trabajo del equipo técnico, ampliando la plantilla en esta área y pudiendo trabajar codo con codo con el agricultor en la mejora de todo el proceso productivo, con protocolos de producción integrada combinados con una genética diferencial y una mejor gestión del agua, etc. Lo más positivo de esta colaboración ha sido el impulso a la formación en esta área técnica y a los agricultores que se ofrece a través de Syngenta Growing System.

Única ha buscado en Syngenta un partner clave para mejorar los procesos productivos

Enrique de los Ríos, Director General de Única, destacó la necesidad de tener partners tecnológicos y con potencial de innovación como Syngenta para mejorar los procesos productivos, hacer más rentables las explotaciones agrícolas, asegurar totalmente la seguridad alimentaria y ofrecer al consumidor productos de máxima calidad y que respondan a sus gustos y necesidades. En este sentido Única ha apostado claramente por Syngenta Growing System como parte de sus acuerdos estratégicos para mejorar todos los aspectos productivos de la cooperativa.

Por último, participó Jamie Strachan, CEO de Gigante Verde Fresh, hizo un repaso a los cambios.

INTENSA LABOR COMUNICATIVA DEL GIGANTE DEL TOMATE EN LA CITA MADRILEÑA

CASI habló claro a sus clientes y les pidió mayor precio para más calidad

■ J. A. G.

El gigante europeo del tomate, cooperativa CASI de La Cañada de Almería, ha llevado un mensaje muy claro en voz de su propio presidente, José María Andújar, quien ha afirmado que "hemos venido a la feria de este año a mostrar la gran calidad que siempre tenemos y a decir a los clientes de que nuestros agricultores necesitan aumentar su rentabilidad para poder mantener la calidad que los supermercados nos demandan".

El pasado año no fue un año de logros para los productores de tomate y el responsable de la mayor exportadora europea de tomate no ha parado de comunicar a sus clientes la necesidad de llegar a acuerdos comerciales que beneficien "tanto a los productores como al propio centro de distribución".

Por otra parte, indicar que el stand de CASI en Fruit Attraction recibió numerosas visitas durante los tres días de la feria internacional.

SATISFECHOS

El presidente de la cooperativa, José María Andújar, al frente del expositor durante las tres jornadas, se mostró muy satisfecho "del trabajo desarrollado por el equipo desplazado hasta Madrid. Hemos mantenido reuniones con compradores nacionales y extranjeros, que permitirán reforzar nuestra labor comercial a lo largo de la campaña".

Además de compradores, se han acercado al expositor de CASI diferentes dirigentes del sector agroalimentario, así como políticos, como la ministra Rosa Aguilar y la consejera Clara Aguilar. También

socios de la cooperativa que han querido conocer las novedades de la feria han visto el elegante expositor de la cooperativa y han compartido conversación mientras degustaban el nuevo tomate negro.

La presencia de la cooperativa en este tipo de evento se ha convertido en algo cotidiano, ya es difícil imaginar una gran feria de frutas y hortalizas en Europa sin la presencia del gigante del tomate.

La producción de tomate no está pasando por buenos momentos por los incumplimientos por parte de Marruecos que no está repartiendo los cupos de exportación que se han fijado con la Unión Europea. Por su parte, los responsables políticos siguen prometiendo un control que no es efectivo y que nunca se hace con el éxito necesario.

La campaña ha empezado con dificultades en cuanto a precio.



■ José María Andújar, con algunos compañeros de CASI. / FHALMERÍA

EL MARKETING DE LA MULTINACIONAL DE SEMILLAS FUE EL MEJOR RECLAMO DE LA FERIA



■ Un espectacular Martín Berasategui dio realce a los productos agrarios de Rijk Zwaan. / FHALMERIA

Rijk Zwaan relanza la imagen de las hortalizas usando la más alta cocina

■ José Antonio Gutiérrez

Rijk Zwaan siempre tiene mucho que decir en las citas internacionales, y en la edición de Madrid no iba a ser menos.

La multinacional de semillas siempre ha conseguido llamar la atención de los profesionales en las cita mundiales de la horticultura intensiva. En esta ocasión ha sido el afamado chef Martín Berasategui, la mejor atracción de la feria, complice de Rijk Zwaan para que todo el mundo se viera obligado a pasar por el espectacular stand de la firma de semillas.

La lechuga levitando, las lechugas vivas listas y preparadas para cocinar con la mayor frescura posible, o el melón piel de sapo "Melissimo" han sido otros atractivos presentados en este stand que fue verdaderamente espectacular.

Otra joya fue el pepino snack MyCubies, un producto pionero en el mercado internacional. Su formato pequeño, su textura suave y su sabor intenso, hacen que pepino snack My Cubies encaje a la perfección en el mercado para el que ha sido credo.

La novedad de la feria Fruit

Attraction 2011 fueron las lechugas Salanova® y el pepino snack MyCubies, desarrollados por la firma holandesa Rijk Zwaan. Un importante lanzamiento a nivel mundial que fue presentado por Martín Berasategui, gran conocedor e incondicional defensor de los productores españoles.

Las lechugas Salanova se comercializan con raíz, dentro de un pequeño depósito con agua. Al ser un alimento vivo, se conserva fuera del frigorífico durante una semana sin perder sus propiedades ni vitaminas. Además, su belleza permite usarlas como un elemento decorativo singular.

PEPINOS

Los pepinos snack MyCubies son los más pequeños del mercado. Su sabor y textura son extraordinarios. Son ideales para la merienda de los niños. Este Pepino Snack My Cubies, de tamaño baby- entre 9 y 11 cm de largo-, pionero en el sector, puede ser recolectado en cualquier época del año y consumido con toda su piel.

Es una manera divertida, sana y desenfadada de tomar algo fresco y natural a cualquier hora del día. Su sabor y su textura son extraor-

dinarios. No deja indiferente a nadie porque este snack vegetal es atractivo a la vista, crujiente al mordisco y jugoso al gusto.

El pepino fresco se consume entero. Por su riqueza en agua, vitamina E y aceites naturales, constituye uno de los mejores remedios para los cuidados de la piel. Además de aportar una extraordinaria vitalidad y energía, es bajo en calorías.

El Pepino Snack My Cubies es un producto único, avalado por la marca holandesa Rijk Zwaan, presente en el mercado internacional desde hace más de 80 años.

Las lechugas Salanova® son un producto innovador, de calidad y único en el mercado. Salanova ofrece una amplia gama de fácil preparado. Mediante un solo corte, estas lechugas se deshojan en un gran número de preciosos "petalos", que parecen estar hechos a mano, de igual tamaño y excelente sabor, consiguiendo un mayor frescor y un menor desperdicio. Además, Salanova conserva la raíz para que no se pierda su esencia ni las vitaminas de una lechuga recién cogida del huerto. Permanece intacta fuera del frigorífico hasta 7 días. Su elegante presentación es irresistible.

NOVEDAD EN LA FERIA DE MADRID

Con la línea "Bouquet Exotic" Anecoop relanza los cultivos subtropicales españoles



■ Subtropicales "Cultivadas en España, en su punto y con todo el sabor."

■ José Antonio Gutiérrez

La primera empresa española de comercialización hortofrutícola desde hace más de 30 años ha aprovechado el escenario de Fruit Attraction para presentar su línea de productos tropicales de producción nacional. Aguacate, chirimoya, mango, papaya, pitaya y granada son las frutas que integra esta nueva gama, que Anecoop ha agrupado bajo la marca "Bouquet Exotic" al ser productos que pese a su mayor o menor difusión son aún desconocidos para una parte del consumidor europeo. En esta campaña Anecoop prevé comercializar entre 1,5 y 2 millones de kilos.

Se trata de una nueva línea que amplía la oferta de suministro de Anecoop para diversas cadenas comerciales con las que la cooperativa ya trabaja con otros productos a lo largo de todo el año. Para su gama "Bouquet Exotic", Anecoop apuesta de forma prioritaria por el producto español debido a su calidad y proximidad. El aguacate, la chirimoya y el mango proceden del sur de España, la granada de Elche y la papaya y la pitaya, de Canarias. La empresa tiene igualmente previsto incorporar varios de estos productos a su línea de ensaladas de frutas de IV Gama Clink!, como ya ha hecho con el mango y la granada, que ha presentado en Fruit Attraction.

Las frutas tropicales destacan por el incremento visible de la demanda en el mercado europeo, así como

por su rentabilidad. Los principales destinos de estos productos son Alemania, Francia y Reino Unido, además de España, aunque hay una demanda general en toda Europa, con tendencia al alza.

El presidente de Anecoop, Juan Safont, ha manifestado que "la venta en Europa de productos exóticos aumenta cada año, debido sobre todo a una mayor tendencia de los profesionales en restauración a usar este tipo de productos y a la buena aceptación de los consumidores. Hemos lanzado esta nueva línea con el convencimiento de que las oportunidades para las frutas tropicales en la Unión Europea están abiertas".

Respecto al certamen, en el que Anecoop ha participado por segundo año consecutivo, el Director General de la empresa, Joan Mir, ha afirmado que "estamos muy satisfechos con los resultados obtenidos.

Hemos recibido la visita de una parte importante de nuestros clientes, lo que nos ha permitido realizar un gran trabajo de cara a la primera parte de la campaña comercial".

Y ha añadido que "la alta afluencia de público registrada, especialmente en lo que respecta a la distribución, hace ver que se sigue confiando en la oferta española tras lo ocurrido con el E-coli. Esperamos que esto contribuya a restaurar la buena imagen de nuestros productos, que tan injustamente quedó destruida".

BALANCE FINAL

De Ruiter y Seminis: frescor en la innovación

J. A. G.

Interacción con todos los protagonistas dentro de la cadena de producción, intercambio de opiniones sobre las tendencias en el mercado y creación de nuevos contactos son los principales ingredientes destacados por el equipo de Monsanto Vegetales, tras finalizar satisfactoriamente la edición Fruit Attraction 2011. “Ha sido una excelente oportunidad para contactar con supermercados españoles y operadores europeos, así como presentar nuestras variedades orientadas a la cadena” afirma Javier Soto, Iberica Chain Manager.

El equipo de la división de Hortícolas de Monsanto apostó durante esta feria por la innovación no sólo a nivel de oferta varietal, destacando sus variedades en sus cultivos estratégicos en Ibérica como son el tomate, pimiento, melón y sandía así como cebolla, sino también presentando en el stand su oferta varietal en aplicaciones multimedia inalámbricas a través de iPad.

Un año tras la puesta en marcha de la campaña de eventos Living Proof, el balance es muy positivo. “Living Proof es una herramienta que nos permite coherer opiniones y necesidades de nuestros clientes sobre nuestras variedades en el terreno, así como una plataforma óptima para presentar nuestras actividades de desarrollo y de investigación”, sostiene María Jesús Jiménez, responsable de Marketing para De Ruiter Seeds y Seminis en Ibérica.

Manteniendo siempre la vista enfocada en nuestros clientes y las preferencias del consumidor, se presentaron las variedades ‘estrella’ de su gama: el tomate Ventero, variedad aclamada por su color rojo intenso muy llamativo, y óptima conservación gracias a su piel firme, sin microcracking. Ambos elementos son claves para la selección de una variedad que tenga un óptimo comportamiento poscosecha.

Los melones Galia de la línea Cyro-line, caracterizados por su conservación y sabor. Toda una amplia gama de variedades Galia que permite estar en todas las épocas de plantación.

CASI 400 METROS DE STAND LES ACOGIÓ CONJUNTAMENTE DURANTE LA CELEBRACIÓN DEL EVENTO

Once entidades de ECOHAL Andalucía llevaron lo mejor de su oferta a Madrid

MUCHAS NOVEDADES Y UN GRAN VOLUMEN DE NEGOCIO EN LA FRENÉTICA ACTIVIDAD FERIA DE LOS TRES DÍAS EN LA CAPITAL DE ESPAÑA

José Antonio Gutiérrez

Ecohal Andalucía ha acudido este año a Fruit Attraction con empresas de Almería y Granada.

Las empresas integradas en la Federación de Empresarios Comercializadores de Productos Hortofrutícolas de Andalucía ha vuelto a

estar presente en la feria del negocio de las frutas y hortalizas de referencia en el territorio nacional. ECOHAL, integrada por empresas de Almería, Málaga y Granada, ha marcado la cita madrileña como uno de los encuentros ineludibles, en uno de esos en los que no puede faltar la Federación y ha aprovechado su presencia para dar a conocer la evolución de las empresas que la integran.

En un expositor conjunto, estuvieron por parte de Granada: Agrupación labradores el Pozuelo, Grupo la Caña, Fulgencio Spa, Frutas Los Cursos, Agruportícola, Horticola Guadalfeo, Mercomotril, Frutas Rafael Manzano.

En la división de Almería contaron con una gran superficie, en la que 60 m2 son de zonas comunes. En total, 11 empresas de ECOHAL contaron con un espacio específico con una superficie comprendida entre los 20 y los 34 metros cuadrados. La actividad negociadora ha estado presente en cada momento en el stand conjunto de los alhondiguistas andaluces.

Por parte de Almería, las representantes fueron: Agroejido, Hortofrutícola Costa de Almería y La Unión.

Las empresas participantes hicieron uso del stand para llevar a cabo la presentación de diferentes novedades.

Así, Frutas Rafael Manzano presentó su nueva marca premium ‘Manzano Exclusive’ bajo la cual se envasará lo mejor de esta empresa: chirimoyas, aguacates y mangos de la mejor calidad, con una misma fecha de recolección en un envasado más minucioso y homogéneo. Al ser marca premium irá dirigido, especialmente, a tiendas de productos exóticos y gourmet. Hortofrutícola Costa de Al-



■ Emilio Villegas, gerente de Agroejido, manteniendo reuniones con otros profesionales /FHALMERÍA

mería ha aprovechado su presencia en Fruit Attraction para llevar a cabo la presentación de la línea de V gama. Se trata de un producto elaborado a base de pimientos asados en distintos colores y formatos. Otra almeriense, Alhóndiga La Unión también hará la pre-

sentación de su línea de IV gama. Calabacín, pimiento y berenjena lavada y cortada y lista para servir.

Otras dos empresas de ECOHAL que han previsto presentar parte de su oferta son: Fulgencio Spa y Horticola Guadalfeo. La primera su nuevo producto, 'PIMINI',

un pimiento mini, de aspecto parecido al padrón, pero con un sabor dulce, tierno y jugoso, con la singularidad de que no pica ninguno. Por su parte Horticola Guadalfeo mostrará a los clientes sus más de 25 variedades distintas de tomates y col china.

Alfonso Zamora: “Creo que la feria irá a más por su efectividad”

El gerente de Ecohal Andalucía, Alfonso Zamora, se ha mostrado satisfecho con el resultado final de la feria Fruit Attraction en su tercera edición. A tal respecto ha indicado que “el objetivo era propiciar un encuentro con los clientes al más alto nivel profesional y el que más y el que menos lo hemos conseguido, todo es mejorable, pero en este caso se puede decir que el resultado es bueno”.

Por otra parte, Zamora mantiene que “a medida que se vayan sucediendo las ediciones la iremos considerando como la feria de la exportación hortofrutícola



■ Alfonso Zamora, gerente de Ecohal Andalucía /FHALMERÍA

de España y será una referencia obligada para el sector. Cuando eso ocurra tendrá aún mayor efectividad”.

Por otra parte, y en relación con algunas noticias del sector que se han producido durante la celebración de la feria madrileña, el gerente ha indicado que “la pre-

sidencia de Francisco Góngora en HORTYFRUTA es una buena noticia de antemano, todos los que lo conocemos creemos que es una persona apropiada para ese cargo y esperamos mucho de él. Es un buen paso para que el sector termine integrándose en la Interprofesional”.

EXITOSA PARTICIPACIÓN

El stand de Nunhems recibió un gran número de visitantes durante los tres días

LA CASA DE SEMILLAS APROVECHÓ SU PASO POR EL EVENTO PARA MOSTRAR SUS ÚLTIMAS NOVEDADES PARA ESTA CAMPAÑA 2011/2012

■ I. Fernández

La casa de semillas Nunhems participó de forma activa en la última edición de Fruit Attraction. Prueba de ello es que su stand fue, si cabe, uno de los más concurridos de la feria. Y es que, durante los tres días que duró el evento, fueron muchos y de distintas procedencias los visitantes que se acercaron para conocer sus últimas novedades en, prácticamente, todos los cultivos hortícolas.

Nunhems aprovechó la oportunidad para poner a disposición de todo aquel que se acercara a su stand su amplia gama de productos, diseñada con el objetivo de satisfacer las necesidades de todos los profesionales involucrados en la producción, comercialización y, finalmente, consumo de alimentos.

De este modo, mostró su amplio catálogo de variedades, entre las que destacan las de sus tomates, sandía, melón, pimiento, e incluso, cebolla. Asimismo, la casa de semillas aprovechó la cita madrileña para seguir abundando en los productos que dirige, especialmente, al canal HORECA y que buscan hacer la vida más fácil a sus profesionales. Así, los responsables de la empresa mostraron, por ejemplo, su tomate Intense, el primer tomate en el mundo que no pierde su jugo, o su lechuga Multileaf, con sus hojas frescas y crujientes. Todos estos productos, como no podía ser de otra manera, son fruto del proceso de innovación permanente que siguen los distintos departamentos que conforman Nunhems.

La casa de semillas acudió, de este modo, y por tercer año consecutivo, a la que está convirtiéndose en la principal cita del sector agroalimentario nacional y, en parte, internacional. Y es que Fruit Attraction ya cuenta con el reconocimiento de feria internacional.



■ Multitud de profesionales se dieron cita en el stand de la casa de semillas. / FH ALMERÍA

ES UN COMPENDIO DE BUENAS PRÁCTICAS EN MATERIA DE MONTAJE, PALETIZADO Y CARGA DE LOS ENVASES DE CARTÓN ONDULADO

El Grupo Plaform, líder en envases, presentó en la edición de este año la guía de paletización

■ José Antonio Gutiérrez

Durante la celebración de Fruit Attraction, Plaform presentó su nueva guía de paletización, un compendio de buenas prácticas en materia de montaje, paletizado y carga de los envases de cartón ondulado, con el fin de garantizar la máxima calidad en todo el proceso y optimizar las ventajas del sistema integral de embalaje líder en España.

Estas recomendaciones se refieren a tres ámbitos fundamentales: el montaje en máquina del envase, el procedimiento de paletizado y la carga en camión. Estos consejos serán de gran ayuda para el envasador, e incluyen una lista de puntos clave para controlar en los centros de envasado y paletización. Con ello, Plaform ayuda a los usuarios



■ El Grupo Plaform presentó un stand espectacular. / FH ALMERÍA

rios a extraer el máximo rendimiento del proceso integral de embalaje.

El Grupo Plaform ha repetido como expositor en Fruit Attraction, tras el éxito de la feria obtenido en

las dos ediciones anteriores.

Plaform es un sistema de embalaje sostenible en cartón ondulado específico para frutas y hortalizas. Con tres décadas de experiencia en el mercado, el Grupo Plaform es un líder absoluto, ya que desde los años setenta a este momento más de 6.000 millones de cajas Plaform han viajado por los circuitos logísticos de toda Europa.

En la actualidad componen el Grupo Plaform trece empresas de la Asociación Española de Fabricantes de Envases y Embalajes de Cartón Ondulado, AFECO. Todas están autorizadas a producir este tipo de envase, por un contrato de licencia y siguiendo las estrictas normas de fabricación Plaform.

Plaform ha asumido el liderazgo en la implantación en España de la

norma Common Footprint y el uso del sello CF en los envases y embalajes de cartón ondulado para el sector de frutas y hortalizas. El estándar se incluye en las Normas Plaform, publicadas en 2009 en el manual de calidad y normas de fabricación.

El año pasado se inició la implantación de un nuevo banco de planos Plaform que contiene los diseños correspondientes a todos los modelos de cajas homologados en la lista del manual de calidad. Estos planos incluyen el estándar CF en sus medidas exteriores, junto con otras mejoras.

Durante los días de la feria, cientos de clientes habituales de la firma visitaron el stand conociendo las novedades presentadas que buscan como mayor objetivo poder colaborar con los exportadores a la hora de presentar los productos embalados con ayuda de los elementos puestos en el mercado por el Grupo Plaform.

El trabajo desarrollado en la feria de Madrid ha resultado satisfactorio un año más

Berlín

Fruit Logística



Del 8 al 10 de Febrero 2012

Almería - Berlín (Tegel) Salida 08.30 Horas

Berlín (Tegel) - Almería Salida 17.00 Horas



Hotel NH Mitte 4*

Habitación individual

945€

Habitación doble

790€

Hotel Westin Grand Berlin 4* Sup

Habitación individual

1.080€

Habitación doble

870€

Hotel Pak Inn Alexanderplatz 4*

Habitación individual

875€

Habitación doble

715€

Sólo Vuelo 455€

Opcional: seguro de cancelación Excellent 78,20 €

Pre-reserva 150,00 €

"Las reservas de asiento de avión se asignarán en el momento de efectuar la reserva"

PRECIOS POR PERSONA INCLUYEN: Vuelo directo Almería-Berlín-Almería, dos noches de hotel en alojamiento y desayuno (salvo sólo vuelo), traslados de entrada y salida, seguro de viaje consulte otros vuelos y hoteles disponibles. Consulte condiciones. Plazas limitadas

Más información y reservas:

División de Empresas de Almería
 Persona de contacto: Sergio Sánchez
 C/. Jardín de Medina, 1
 Telf.: 950 620 780 – Fax: 950 259 278
fruitlogistica@viajeseci.es

VIAJES

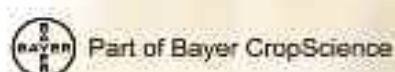
El Corte Inglés

Especial **Pepino, melón y sandía**



**Verde oscuro,
el color del líder**
En todas tus siembras

* ACP concedido y en proceso de solicitud para la inclusión en el EC Common Catalogue of Vegetable Varieties.
© Nunhems BV, 2011. Todos los derechos reservados. Toda información relativa al material descrito o presentado son propiedad intelectual de Nunhems BV o sus filiales.
Nunhems Spain, S.A. | Camino de los Huertos, s/n | 46210 Ricanya | Valencia (España)
T +34 96 159 42 10 | F +34 96 159 17 20 | Teléfono de Atención al Cliente: 900 40 50 40



www.nunhems.es

BALANCE DEL EJERCICIO



■ La producción de sandía rozó las 300.000 toneladas durante la última campaña.

El valor de la exportación sumó casi 120 millones

■ I. F. G.

Las frutas almerienses tienen en la Unión Europea (UE) su principal mercado de destino. Tanto es así, que sólo durante la última campaña, las ventas al exterior de melón y sandía sumaron casi 120 millones de euros, 70'2 millones para la sandía y 46'9 millones para el melón. Con estos números, ocuparon el quinto y el octavo puesto en el ranking de productos más exportados de la provincia.

La primavera se quedó sin melón y sandía durante la última campaña

LA 'CRISIS DEL PEPINO' TRUNCÓ EL DESARROLLO DEL EJERCICIO, QUE SE CERRÓ CON UN LIGERO DESCENSO DE LAS PRODUCCIONES DE AMBAS FRUTAS

■ Isabel Fernández

El último ejercicio no fue, ni mucho menos, favorable para los productos considerados 'los reyes de la primavera'. Melón y sandía vieron truncada su campaña cuando apenas hacía un mes que había comenzado; las puertas de los mercados les fueron cerradas de golpe y los agricultores vieron cómo todo el trabajo, prácticamente, caía en saco roto. Ambos productos acumularon un descenso de sus producciones y, por ende, de su valor final comercializado.

El melón, más extendido en el Poniente provincial, cerró el ejercicio con un volumen comercializado de 129.223 toneladas, algo más de 10.000 toneladas menos que un año antes, y alcanzó un valor superior a los 71 millones de euros. La sandía, por su parte, puso punto y final a la campaña con una producción cercana a las 300.000 toneladas, unas 30.000 menos que un año antes, mientras que su facturación se situó en torno a los 136

millones de euros. La campaña 2010/2011 dejó cifras negativas, en todos los sentidos, para ambos productos que, incluso, vieron reducidas sus superficies de cultivo. El melón perdió 500 hectáreas con respecto a un año antes, pasando de las 4.039 del ejercicio 2009/2010 a las 3.539 del pasado. La superficie de sandía, por su parte, se redujo en 600 hectáreas, de las 5.516 de 2009/2010 a las 4.916 del año pasado.

Los productores de melón y sandía de la provincia nunca olvidarán el 26 de mayo de 2011, día en el que su campaña se dio por concluida sin ni siquiera haber comenzado. Y es que el último ejercicio se caracterizó por el retraso generalizado en las producciones que. Un retraso que hizo que los primeros melones y sandías almerienses no llegaran a los lineales de los supermercados comunitarios hasta la última semana del mes de abril. Para entonces, los mercados ya estaban llenos de producto llegado de ultramar y, como ya venía sucediendo en campañas anteriores, esto supuso un duro varapalo para las producciones locales que, ni mucho menos, comenzaron el año con buen pie.

Tanto es así que, nada más llegar los primeros melones y sandías a las comercializadoras, desde las or-

ganizaciones agrarias en la provincia lamentaban que los precios percibidos por los agricultores no estaban siendo los adecuados y eso a pesar de que aún no habían llegado los grandes volúmenes. De este modo, ya entonces, el secretario provincial de COAG, Andrés Góngora, apuntaba que las primeras partidas de melón Galia no estaban logrando superar los 0'35 euros el kilo, cuando, en el inicio de campaña, "no es rentable a menos de 0'70 euros". Y eso que, según el presidente de ASAJA-Almería, Francisco Vargas, el fruto estaba siendo "de buena calidad".

La causa de esos bajos precios había que buscarla al otro lado del Atlántico. En países como Brasil, aún existían producciones de me-

lón que tenían como destino final la Unión Europea (UE). Si bien es cierto que estas frutas eran de menor calidad que las cultivadas en la provincia, también lo es que habían llegado antes a los mercados y, por tanto, los habían copado. Cuando las mercancías almerienses llegaron, dejó de haber lugar para todos.

LUCHA INTEGRADA

Si por algo se caracterizan las producciones almerienses de melón y sandía es por su gran calidad, algo que, en parte, es posible gracias a la aplicación de la lucha integrada contra las plagas como método de cultivo. De este modo, y según las cifras de la Interprofesional de Fru-

tas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA), durante la última campaña, en torno al 60% de la superficie de melón y sandía se cultivaron con control integrado de plagas. Este método de cultivo ha logrado calar entre los agricultores también para los cultivos de primavera, a pesar de su menor duración en el tiempo.

Como cada campaña, los productores depositaron su confianza en los depredadores naturales para sacar adelante sus cultivos y, una vez más, lo hicieron con éxito. Lástima que, a causa de la crisis desatada por la detección de la bacteria 'E. coli' en Alemania, no fuesen muchos los consumidores que pudieron disfrutar de este producto de gran calidad.

COTIZACIONES

Los bajos precios sacuden a ambas producciones

■ I. F. G.

Los bajos precios que han acompañado a melón y sandía durante las últimas campañas han hecho que, poco a poco, los agri-

cultores vayan restando importancia a esta parte de su ejercicio. Estas bajas cotizaciones, habitualmente, vienen marcadas por la existencia de producto de ultramar en los mercados, pero

no sólo eso. En este sentido, Francisco Vargas, presidente de ASAJA-Almería, comentó que, campaña tras campaña, y también en la última, se produce "una disminución de la superficie de cultivo de ambos productos" y argumentó esta afirmación basándose en la existencia de "mayor competencia", por ejemplo en sandía, "con la Comunidad Valenciana, Sevilla y Castilla-La Mancha".

NOVEDAD ESTA CAMPAÑA

Guadiana RZ, un galia larga vida que garantiza el punto de azúcar adecuado

DESDE RIJK ZWAAN AFIRMAN QUE "ES UN LARGA VIDA DE VERDAD" Y, POR TANTO, PERMITE UNA RECOLECCIÓN MÁS TRANQUILA

■ Isabel Fernández

Guadiana RZ es una de las novedades de la casa de semillas Rijk Zwaan para la próxima campaña de primavera. Este melón tipo galia se caracteriza ante todo, según explicó Alberto Domingo, especialista de Cultivo de Melón de la empresa, por ser "un larga vida para temprano". De este modo, Domingo especificó que esta nueva variedad es ideal para trasplantes entre mediados de enero y hasta mitad de febrero y, pesar de las temperaturas relativamente bajas de estas fechas, "da un calibre muy comercial", de entre 900 gramos y un 1 kilo, aproximada-



■ Guadiana RZ es, además, una planta muy vigorosa.

mente. Precisamente por ser una variedad para temprano, Guadiana RZ "es una planta bastante vigorosa". Asimismo, "no tiene di-

ficultades en el cuaje para esas fechas, ofrece un fruto bastante uniforme y cuenta con un escriturado bastante tupido". En cualquier

caso, y frente a todas estas características, el especialista de Cultivo de Melón de Rijk Zwaan destacó, sobre todo, que, "en el segmento de temprano, es un larga vida de verdad". Esto, según explicó, "permite una recolección tranquila", ya que "cuando vira de color, el fruto tiene aguante en la planta". Asimismo, añadió que es precisamente este viraje el que marca el punto exacto de maduración del fruto y, de hecho, afirmó que "el color se corresponde con el azúcar" o, lo que es lo mismo, "tiene un punto de corte claro".

Esta última es, precisamente, otra de las ventajas de esta nueva variedad de Rijk Zwaan. Y es que, mientras otras variedades larga vida no garantizan los grados brix adecuados, "nuestro melón, cuando cambia de color y alcanza ese amarillo casi dorado, tiene el azúcar fijo".

Mellissimo llega también al Poniente

Rijk Zwaan sigue apostando fuerte por una de sus mayores novedades: Mellissimo. Tanto es así que su especialista en Cultivo de Melón, Alberto Domingo, comentó que "el año pasado tuvimos varias experiencias en el Poniente almeriense" y los resultados, como cabía esperar, "fueron muy positivos". Según explicó, Mellissimo, concepto tras el que se encuentra la variedad Ricura RZ, "alcanzó buenas producciones y ofreció un melón muy uniforme". Pero, sobre todo, Domingo destacó "el sabor y su buen comer".

Con este innovador concepto, desde la casa de semillas Rijk Zwaan quieren llegar a ese segmento de los consumidores que "demanda un melón piel de sapo, pero que no quiere un fruto de gran tamaño", concluyó.



Somontiel RZ

El dulce más temprano



PRODUCTOS DE PRIMAVERA

Las marcas comerciales son una garantía de calidad y sabor para el consumidor



■ La amplia gama de sandías Bouquet, perteneciente a la cooperativa de segundo grado Anecoop, ha conquistado a los clientes europeos.

LAS SANDÍAS BOUQUET, FASHION Y REINA DE CASI, EL MELÓN BOMBÓN DE AGROPONIENTE Y EL MIEL DE CASI SON UN CLARO EJEMPLO

■ **Rafa Villegas**

El melón y la sandía son, con diferencia, los productos estrella de la primavera almeriense. La provincia ha encontrado su hueco de mercado justo antes de que comience la campaña extensiva en el resto de España y está avanzando para hacer que los clientes busquen cada vez más el origen Almería a la hora de elegir estas frutas.

En los últimos años, el sector de la comercialización hortofrutícola ha empezado a dar un cambio importante. Y es que, son cada vez más las comercializadoras que elevan sus exigencias de calidad y sabor a sus agricultores para,

bajo el paraguas de una nueva marca comercial, lograr hacerse un espacio entre las preferencias de los exigentes consumidores nacionales e internacionales.

MARCAS COMERCIALES

Así, por ejemplo, ya se han consolidado en el mercado, entre otras, tres marcas comerciales de sandía. Se trata, concretamente, de la tan apreciada sandía Bouquet, que comercializan las empresas que pertenecen a la cooperativa de segundo grado Anecoop; sandía Reina de CASI, que pertenece a la Cooperativa Agrícola San Isidro; así como, finalmente, la sandía Fashion, que también cuenta con una importante red de distribución en decenas de cooperativas agrícolas de la provincia.

Toda una veterana, y no por ello gloria pasada, es, sin duda, la sandía Bouquet, que revolucionó el

mercado de este producto al ser pionera en ofrecer esta fruta sin pepitas. Además, se adapta a todo tipo de necesidades, ya que no sólo oferta su producto estrella, la rayada sin pepitas, sino que también se encuentra entre su gama la amarilla, además de, entre otras, un tipo de sandía que es ideal para las familias con menor número de miembros, como es el caso de la 'Mini'. Esta sandía hace honor a su nombre y es mucho más pequeña. Su éxito radica en la excelente calidad y sabor que la hacen, sin lugar a dudas, una de las marcas más conocidas y apreciadas de todo el mundo.

La que tampoco deja de crecer y cautivar de marzo a octubre a más consumidores cada año es la Fashion. Su calidad, respeto por unos grados brix mínimos y campañas de publicidad en España y Europa han propiciado su éxito.

La diferenciación del producto también ha llegado a CASI con su



■ Acción promocional de la sandía Fashion.

sandía 'Reina de CASI' y el melón 'Miel de CASI'. Se trata, concretamente, de una Fashion y un melón tipo piel de sapo.

También destaca otro melón, el Bombón de Agroponiente. Es el

único del mercado que se divide en dos categorías, según sus grados brix. El Bombón categoría oro tiene más de 12 y está escriturado al 70%, el plata de 10,5 a 12 grados Brix.

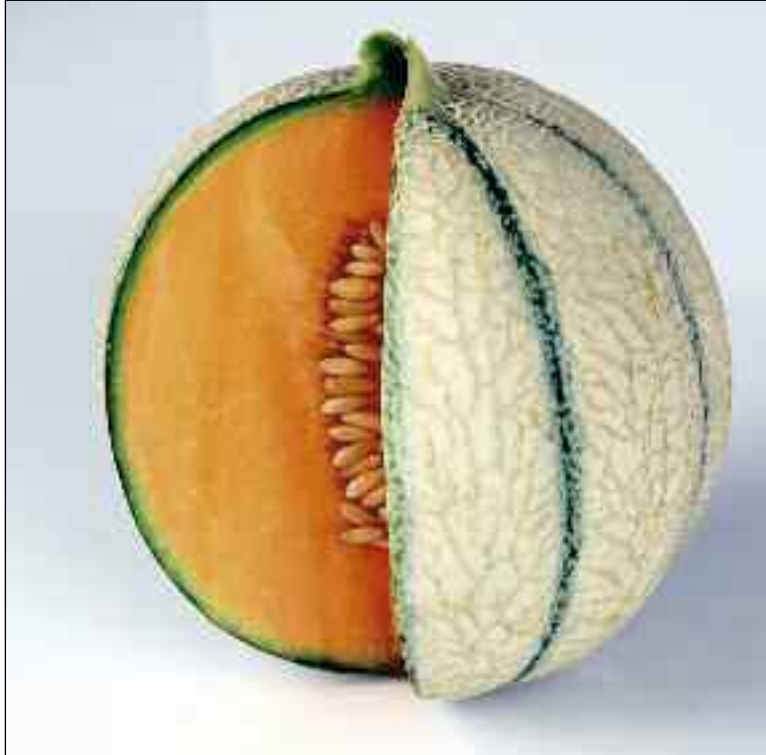
INNOVACIÓN PERMANENTE

El nuevo cantaloup de RZ permite al agricultor llegar el primero al mercado

ESTA VARIEDAD, PENSADA PARA TRASPLANTES MUY TEMPRANOS, HACE POSIBLE ADELANTAR LAS PRODUCCIONES HASTA OCHO DÍAS

■ Isabel Fernández

La casa de semillas Rijk Zwaan comercializará una nueva variedad de melón cantaloup de cara a la próxima campaña de primavera. De momento, es sólo un número, el 34-402 RZ; sin embargo, le será más que suficiente para copar un puesto privilegiado en el reducido mercado de los cantaloup. En este sentido, Alberto Domingo, especialista de Cultivo de Melón de Rijk Zwaan, afirmó que si por algo se caracteriza esta variedad es por estar pensada para trasplantes muy tempranos, que no vayan más allá del 10



■ Recomiendan el trasplante no más allá del 10 de febrero. /FHALMERÍA

de febrero. Precisamente porque está pensada para su puesta con bajas temperaturas, “es una planta muy vigorosa”, ya que, cuando el mercurio cae, “se necesita una planta que tenga un sistema radicular muy potente”.

Esta facilidad para un trasplante temprano la dota, asimismo, de una gran precocidad y, de hecho, Domingo afirmó que “con esta variedad, nos estamos adelantando unos siete u ocho días a la variedad que más se pone”. Esta característica, a su juicio, permite que “el agricultor pueda ganar mucho”, entre otras cosas porque le facilita ser de los primeros en llegar al mercado.

El especialista de Cultivo de Melón de Rijk Zwaan explicó que, para conseguir ser diferentes, “tenemos que ir los primeros al mercado y con un producto con azúcar y nosotros creemos que esta variedad cumple

estos requisitos”. Y es que lo temprano no tiene por qué estar reñido con el sabor del fruto; así, Domingo afirmó que este 34-402 RZ “coge el azúcar en estas fechas muy bien”.

Más allá de sus últimas novedades para esta campaña, en Rijk Zwaan siguen ofreciendo al agricultor su productos ‘de siempre’. Variedades que, con el paso de los años, se han consolidado en la agricultura provincia. De este modo, en piel de sapo, Rijk Zwaan sigue apostando por Somontiel RZ, Reymiel RZ y Sucrel RZ. En el caso de Somontiel RZ, Domingo destacó “su vigorosidad”, que lo hace perfecto para plantaciones tempranas. Reymiel RZ, por su parte, destaca por su “comer”. Por último, en el segmento de amarillo, Rijk Zwaan cuenta con Azafrán RZ, un fruto para “plantación media, uniforme y con un punto claro de corte”.

EN TEMPRANO VELOCIDAD BRUTAL



Manglar RZ



Pradera RZ



DESARROLLO

Tecnología NIRS que mide los grados de azúcar y color interno de la sandía

EL OBJETIVO ES NO TENER QUE EMPLEAR MÉTODOS QUE FUERZAN A ABRIR EL FRUTO PARA PODER CONOCER LOS GRADOS BRIX DEL MISMO

■ Elena Sánchez

El azúcar y el color interno de la sandía son dos de los aspectos más importantes que una fruta tiene que tener en su punto a la hora del corte en campo. Por este motivo, se está desarrollando en Almería un proyecto mediante el uso de la tecnología NIRS con el cual se puede hacer el control de calidad y maduración de la sandía para poder tener una medición óptima de su evaluación. En este sentido, Agustín López, director técnico de Savia Biotech y responsable del proyecto, ha informado que “esta tecnología permite medir los grados Brix de la fruta sin tener que emplear un método destructivo como hasta ahora se ha estado haciendo mediante la apertura del fruto. Por eso, la idea es tener un dispositivo que permita medir la maduración de la sandía sin romperla”. El sistema se está desarrollando para que se pueda em-



■ La idea es tener un dispositivo que permita medir la maduración de la sandía sin romperla. / FHALMERÍA

plear tanto en campo como en el lineal de la cooperativa o comercializadora. “Estamos estudiando la forma de crear un aparato que nos permita llevarlo al campo. De hecho, se trata de una pistola del tamaño de un secador y de 1,5 kilogramos de peso con la que medimos el azúcar y el color interno del producto”, según ha indicado Agustín López. Y es que se trata de un láser que detecta el parámetro que se le incorpore y su fiabilidad es del 95 por ciento.

Los equipos se van a vender de forma comercial y lo único que “tiene realmente valor” es la parametrización del equipo, es decir, “la ecuación que tú le incorporas al aparato y que es que lo nosotros vamos a desarrollar desde el laboratorio. Cualquier cooperativa que quiera optar a esta tecnología, el aparato en sí lo va a poder comprar en el mercado y nosotros lo que haríamos es licenciarle la ecuación para poder medir los parámetros de calidad de la sandía. Es como un soft-

ware”. Este aparato también va a ayudar mucho a que el agricultor sepa cuándo puede cortar la sandía y evitar el corte en verde, puesto que el sistema va a permitir conocer el grado de maduración interno del fruto. De hecho, según comenta el director técnico de Savia Biotech, “lo bueno de este proyecto es que vamos a incorporar dos parámetros de calidad que hasta ahora se estaban logrando a mano, dando la posibilidad al productor de saber con certeza en qué momento

puede cortar”.

En cuanto a los mercados, éstos también se van a ver beneficiados con las nuevas tecnologías, ya que en este caso concreto, se va a poder clasificar el género según sus grados Brix, color de carne, calidad, etc. permitiendo “diseñar un producto a la carta para el cliente que tú quieras”, indica López. Este hecho va a aportar mayor valor añadido al producto, ya que le da más calidad.

Por otro lado, para medir el color interno de la carne del fruto, desde Savia han explicado que “lo que se hace es darle un parámetro al aparato con un colorímetro y eso lo transforma el equipo en un valor numérico”. Asimismo, otra novedad del proyecto es que como existen diferentes variedades de sandía, “lo que vamos a hacer es escoger cada una de ellas para intentar parametrizar en una sola ecuación todas las variedades existentes. La acción es compleja, pero estamos trabajando en ello para no dejar fuera variantes importantes”.

TEST DE IDENTIDAD

Finalmente, una de las novedades de este año que sirve tanto para melón como para sandía es el Test de identidad varietal. Con ello, lo que se pretende es la identificación varietal genéticamente hablando para comprobar que la variedad que te han vendido es la correcta y no otra. Lo que se hace con este test es “analizar la huella dactilar de la planta”.

DATOS DEL MARM

Almería lidera la producción andaluza de melón cantaloup, con casi 11.000 Tm. anuales

■ I. F. G.

Almería lidera la producción andaluza de melón cantaloup bajo abrigo. A pesar de las dificultades que atraviesa este tipo de melón, cuyos volúmenes se han visto drásticamente reducidos en la última década, lo cierto es que, en la provincia, aún hay agricultores que se resisten a abandonar este cultivo. De este modo, y según cifras del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), en 2009, la producción almeriense de melón cantaloup rozó las 11.000 toneladas, fruto de la puesta en producción de 292 hectáreas de superficie. Con estos números, Almería se sitúa al frente de la producción andaluza de este tipo de melón en invernadero.

El melón cantaloup no sólo almeriense, sino español, en general, ha ido perdiendo fuerza en los mercados de destino a causa del auge del producto llegado del Norte de África. Tanto es así que, según datos del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, en diez años, de 1999 a 2009, su producción se ha reducido de forma más que considerable, pasando de las 188.000 toneladas de finales de la década de los '90 a apenas 81.000 en 2009.

Francia, a pesar del paso de los años y el aumento de la competencia procedente de otros países, continúa siendo el principal demandante de este tipo de melón, que se caracteriza por su forma esférica y el color amarillo verdoso de su piel.

EN 2010/2011, SE CULTIVARON CASI 5.000 HECTÁREAS

Poniente y Levante se reparten superficie de sandía a partes iguales

■ I. F. G.

La sandía es uno de los cultivos preferidos por los agricultores cuando llega la primavera. Tanto es así que, campaña tras campaña, y con la retirada de los cultivos más típicos del invierno, la sandía ocupa gran parte de la superficie de cultivo de la provincia. Sólo en el último ejercicio, según los datos de la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca, los productores almerienses destinaron casi 5.000 hectáreas de cultivo a esta producción, 2.800 de ellas en el Poniente provincial. Esto pone de manifiesto que, si bien es cierto que hay quien piensa que la sandía es el cultivo predilecto de los agricultores del Levante, también lo es que, en el Poniente, cuenta con gran número de seguidores. Mientras en la comarca de Níjar,



■ En el Poniente se cultivan 2.800 has. de sandía. / FHALMERÍA

fundamentalmente, la sandía se emplea como cultivo alternativo al tomate de ciclo corto, en el Poniente se planta en sustitución de pepino, calabacín o berenjena.

La sandía almeriense, al igual que el resto de productos de la provincia, tiene en los mercados fo-

rúneos a sus principales consumidores. Unos consumidores que valoran, sobre todo, su calidad y sabor característicos, que la diferencian de las producciones llegadas de otros países de origen, como Costa Rica, e incluso, Senegal.

LA MULTINACIONAL ESPAÑOLA HA CUIDADO TODOS LOS DETALLES DE COLOR, SABOR Y PRODUCCIÓN EN TODAS SUS VARIEDADES

FITÓ quiere conquistar el mercado de primavera con 'Verónica', su sandía negra sin semillas

CIA

Semillas Fitó quiere conquistar la primavera con su sandía negra sin semillas 'Verónica'. Es de fruto redondo entre 5 y 7 kilos por pieza, de color verde muy oscuro con meridianos muy marcados. Carne de color intenso rojo, muy azucarada y con baja presencia de fibras, lo que le aporta un gran sabor. Su planta es de vigor medio, con follaje equilibrado, floración precoz y agrupada, lo que favorece la recolección homogénea y buena afinidad.

'Merisin', por su parte, es una sandía rayada sin semillas de forma redonda, muy uniforme, de buen calibre y no ahueca. Tiene gran calidad de carne y escasa fibra. La planta es vigorosa, de escaso follaje y muy precoz, de producción muy agrupada. Es para trasplante en invierno en invernadero. En negra, con semilla, su sandía es 'Toro', de tamaño muy comercial. Fitó tiene otra sandía rayada sin semillas recomendada para trasplantes más tardíos, 'HB 09007'. También se puede plantar al aire libre de mayo a junio.

La oferta de melón de Semillas Fitó es amplia en diferentes tipos. En amarillo, cuentan con la variedad 'Indálico', un melón que ofrece una planta vigorosa, de hoja pequeña y entre nudos cortos. Su fruto es de piel lisa, forma oval y con un color amarillo oro. De carne verde, crujiente y muy azucarado, 'Indálico' tiene buena conservación de la carne una vez recolectado. Por último, presenta una producción concentrada y elevada, manteniendo un tamaño ideal para la exportación. Otro amarillo es 'Mallerva', de fruto ovalado, piel lisa, carne crujiente y muy azucarada y color blanco verdoso. Esta planta tiene un cuaje precoz y concentrado. En Almería, se recomienda para marzo.

En galia larga vida, tienen en el mercado el melón 'Pizarro'. Fruto redondo de calibre uniforme, muy bien escrito, con cierre pistilar pequeño, coloración en amarillo intenso. Es de carne verde muy azucarada y una gran vida postcosecha. Ofrece una gran facilidad agronómica para la obtención de calibres comerciales y alta resistencia a la suelta del pedúnculo. Es una planta fuerte con abundante floración y facilidad de cuaje. 'Atienza', por su parte, es otro galia de fruto redondo muy homogéneo, muy bien escrito, de cierre pistilar pequeño con coloración amarillo

intenso en maduración. De carne verde muy azucarada y gran vida post cosecha.

En tipo piel de sapo, Fitó cuenta con cuatro variedades, tres de ellas con nombre propio y un número. Así, en primer lugar, 'Seda' es una planta vigorosa, de follaje medio,

muy equilibrada y de fácil cuaje. Su fruto es de forma oval, con gran calibre, carne blanca, muy crujiente, larga vida y muy azucarada (16° brix) y escasa cavidad interior; ideal para trasplante desde mediados de enero a final de marzo. 'Kanela', por su parte, es un piel

de sapo adaptado a cultivos mediosprecoz de invernadero, túnel y manta de Almería y Murcia. Vigorosa pero equilibrada, de fácil cuaje, ofrece un fruto precoz, de carne blanca, crujiente dulce, muy jugosa. Este melón es para trasplantes en enero y febrero y recolección a principios de mayo. 'Rabal', un híbrido de buena cobertura, con predominio de tallos principales de hojas grandes y fácil cuaje, que induce una recolección muy agrupada, y 'SF-486', una planta vigorosa,

de follaje medio, muy equilibrada y de fácil cuaje, con fruto de forma oval, gran calibre, carne blanca, muy crujiente, larga vida y muy azucarado, completan la oferta de piel de sapo. Por último, en pepino holandés, 'Prior' es de fruto recto, prácticamente sin cuello de botella, para trasplantes de febrero a septiembre. 'Estrada' tiene muy buen rebrote y excelente forma, color oscuro y buena conservación postcosecha. Para completar los holandeses, cuentan con 'Solero' y 'Benito'.

Sandía
Verónica
La Sandía negra sin semillas de mayor calibre

SEMILLAS
fitó
Desde 1880, mejorando contigo

www.semillasfito.com

COMPETIDORES DE ALMERÍA

Ultramar y Marruecos alargan su ciclo de melón y 'pisan' la producción local

GALIA Y CANTALOUP SON LAS VARIETADES MÁS PERJUDICADAS EN ESTE ASPECTO, MIENTRAS QUE EL PIEL DE SAPO ESTÁ MÁS EN AUGE

■ Elena Sánchez

En los últimos años, los competidores del mercado almeriense de melón no han cambiado significativamente, ya que los países de ultramar y Marruecos son los que más perjudican a esta fruta producida en la provincia. Sin embargo, la tendencia que sí que está cambiando, según Manuel Arévalo, director comercial de Nature Choice, es que “estos mercados están registrando un importante cambio en la época de cultivo, es decir, están alargando los ciclos de producción y provoca que su fruta ‘pise’ a la nuestra”. Y es que, anteriormente, cuando empezaba a llegar melón de ultramar a los mercados europeos era hasta el mes de abril, mientras que ahora “su producción está presente en nuestro continente hasta mediados de mayo, época en la que nosotros ya hemos empezado también a recolectar los primeros ki-



■ El melón galia está perdiendo nivel de producción en el campo almeriense. / FHALMERÍA

los”. A este problema se le añade el comienzo, también en mayo, de Murcia, un mercado que tiene una duración de dos meses “y las em-

presas lo prefieren y lo anteponen a Almería”.

Estos aspectos, según Arévalo, “nos lleva a que tengamos que es-

tudiar qué podemos mejorar y ofrecer a los mercados para que seamos nosotros los elegidos. Hay que innovar y potenciar el melón alme-

riense porque cada vez nos está costando más la cuota de producción”. El melón piel de sapo es que el menos perjudicado se está viendo en este aspecto, ya que es el único que tanto su producción como el consumo “está en auge”. Sin embargo, los galia y Cantaloup “sí que se ven más afectados por estos países competidores porque el agricultor, en las últimas campañas, está obteniendo más o menos la misma rentabilidad tanto con piel de sapo como con galia y Cantaloup, por lo que se decantan más por el primero ya que su mercado no se está viendo tan afectado como el del resto de variedades”.

Hace unos años, Senegal era otro de los competidores fuertes de la producción almeriense de melón, ya que su producción se metía en mayo y coincidía con la de la provincia de Almería. Sin embargo, el director comercial de Nature Choice asegura que “ahora mismo no veo a Senegal como nuestro competidor, ya que su época de producción está siendo cada vez más temprana. En Agadir, por ejemplo, están hasta el mes de marzo-abril, por lo que en ningún momento nos tapa a nosotros”. Sin embargo, el mercado más fuerte y el que más tiene que tener en cuenta Almería es Marruecos, “puesto que su ciclo y el nuestro es prácticamente el mismo y empezamos a la vez. El motivo, su clima es muy parecido al de Almería y por eso coincidimos con ellos”, indica José Ruiz, responsable de melón piel de sapo de Agropoint.

CICLOS CORTOS

La campaña de melón se reduce cada año más debido a las producciones de terceros

■ I. F. G.

El melón almeriense, pese a ser uno de los productos favoritos de agricultores y consumidores cuando llega el verano, lo cierto es que, en las últimas campañas, está viendo cómo su período de recolección se reduce cada vez más a causa de la entrada en los mercados de producciones llegadas, en primer lugar, de países de ultramar y, en segundo lugar, de la vecina Región de Murcia.

De este modo, si hace años su éxito radicaba en ser el primer melón en llegar a los mercados de destino, entre finales de marzo y principios de abril, hace mucho tiempo que esta situación cambió. De hecho, ahora, antes que las producciones almerienses, son las

brasileñas o de cualquier otro país latinoamericano las primeras en llegar a las grandes plazas europeas, obligando así al melón provincial a retrasarse un poco. En cualquier caso, este retraso tampoco puede ser excesivo, ya que, con los primeros compases del verano, entran en producción las plantaciones de la Región de Murcia. Teniendo esto en cuenta, la campaña de melón en la provincia se ha reducido drásticamente; de hecho, desde algunas comercializadoras que trabajan con este producto lamentan que el ejercicio para el melón se limita, hoy por hoy, a apenas cuatro semanas, las mismas cuatro semanas que separan el fin de la campaña de ultramar y el inicio del ejercicio murciano.

MERCADOS DE DESTINO

La sandía negra sin pepitas logra fidelizar al consumidor nacional

■ I. F. G.

“El consumidor nacional ha ido cambiando y cada día demanda más sandía negra sin pepitas”. Así lo afirmó Manuel Arévalo, director comercial de Nature Choice, que indicó que, aunque “hay algún nicho de mercado para la sandía rayada”, lo cierto es que los consumidores prefieren la negra sin pepitas. Y es que, si bien es cierto que los españoles cada vez se decantan más por las sandías sin semilla, también lo es que siguen teniendo predilección por las negras, en detrimento de las rayadas, e incluso, de las especialidades.

Asimismo, el director comercial de Nature Choice comentó que, aunque durante los meses de invierno los supermercados nacionales están llenos de producto procedente de ultramar, “cuando co-



■ Sandía sin pepitas.

mienza la campaña española, los consumidores no tienen motivos para comprar estos productos”, entre otras cosas por “la frescura y el sabor de las sandías españolas y, claro, almerienses”.

Y es que, tal y como recordó Manuel Arévalo, agricultores y comercializadoras de sandía en la provincia de Almería están haciendo un especial esfuerzo por “buscar un producto de máxima calidad y con las mayores garantías”. En una sociedad cada vez más preocupada por la seguridad alimentaria, las empresas de la provincia trabajan duro para ofrecer un producto con los mayores estándares de calidad. Así las cosas, el consumidor nacional continúa siendo fiel al producto provincial y, de hecho, lo elige en cuanto llega a los mercados. Y es que los españoles aprecian sobremanera el sabor de una buena sandía, un sabor que no encuentran, por ejemplo, en aquellas llegadas del otro lado del Atlántico y que, por norma general, no han podido ser cortadas en su punto óptimo de maduración.

PREMIOS

El melón Havana de Séminis 'clava' el tamaño que demanda el mercado

■ Rafa Villegas

El melón tipo piel de sapo Havana de la casa de semillas Seminis destaca muy especialmente por su tamaño. Y es que, además de presentar un exquisito sabor y ser muy productivo, tiene el peso idóneo que demandan los diferentes mercados de destino.

Es más, en los premios que concede Seminis cada año, en esta ocasión el tercer premio ha sido para un productor de Havana, concretamente Antonio Avilés, pionero de esta variedad en la provincia de Almería. Su confianza en la misma y los resultados obtenidos le han valido el reconocimiento, que incluía semillas de Havana para una hectárea.

Avilés se ha mostrado más que satisfecho por el premio y por los rendimientos que ha obtenido con este melón de Seminis. Así, ha asegurado que "es muy bueno de comer, es muy productivo y muy uniforme en todos los tamaños".



■ Momento de la entrega del premio a Antonio Avilés. / FHALMERIA

Además, ha destacado que "apenas tiene destríos". Por ello, no ha dudado en aconsejarlo a otros productores para temprano porque, como ha insistido, "destaca por su tamaño, en kilos, en todo, y no tiene problemas. Si llueve, como si no llueve. No surge ningún problema a la hora de criarlo".

El agricultor premiado también ha destacado que "la mata es muy

vigorosa, que es lo que nos importa a los agricultores.

En la entrega de premios estuvo presente José Ruiz, representante de Agroponiente y comprador de melón piel de sapo en Almería, quien ha confirmado que lo adquiere porque "es muy productivo, la fruta es muy pareja y para temprano es más vigoroso que otros. Es estupendo".

LÍDER EN SIEMBRAS MEDIAS

300 agricultores comprueban la calidad y resistencias del pepino Espartaco de De Ruiter

■ R. V. A.

En torno a 300 agricultores de la provincia de Almería participaron el pasado día 21 de noviembre en un evento 'Living Proof' del pepino Espartaco de la casa de semillas De Ruiter Seeds. Lo cierto es que todos los participantes en esta actividad quedaron encantados al comprobar in situ todas las ventajas que aporta esta variedad de pepino con respecto a otras que se encuentran en el mercado.

Según ha explicado el responsable comercial en Almería de De Ruiter Seeds, Juan Miguel Robles, durante la jornada, "los agricultores pudieron comprobar las ventajas de Espartaco, es decir la buena producción, calidad de fruta y resistencias de esta variedad, convirtiéndolo en líder en las siem-

bras medias con respecto a las variedades actualmente presentes en el mercado".

Variedades que aportan tantos beneficios a sus productores y que se adaptan fielmente al clima de la provincia almeriense son fruto del intenso trabajo que lleva a cabo la División de Hortícolas de Monsanto, que se ha centrado en la innovación a fin de mejorar la calidad y la productividad de las hortalizas.

Lo cierto es que la compañía está desarrollando productos que brindarán opciones nuevas y más saludables a los consumidores. Monsanto invierte en investigación y desarrollo, y utiliza las últimas tecnologías, no sólo para proporcionar los mejores productos al consumidor, sino para proporcionar cosechas y valor al cliente, el cultivador, así como a los clientes de éste, los demás socios de la cadena.

Havana Homer

confía en los más tempranos

© Monsanto Agriculture España, S.L. Todos los derechos reservados. 2011

MAL COMIENZO DE LA CAMPAÑA

El buen tiempo y malas prácticas de la distribución hundien el precio del pepino

EN FRANCIA Y HOLANDA AÚN NO HAN DADO POR TERMINADAS SUS PRODUCCIONES DE ESTA HORTALIZA DEBIDO A LAS ALTAS TEMPERATURAS

■ Rafa Villegas

La presente campaña hortofrutícola no ha empezado bien para ningún producto. Sin embargo, muy especialmente en estas fechas, uno de los que se ha visto más afectado por los bajos precios en origen es, junto a otras hortalizas como el pimiento, el pepino. La situación es “complicada”, como ha explicado el secretario provincial de COAG-Almería, Andrés Góngora, quien ha explicado que también está teniendo lugar una mayor “distorsión de fechas en el calendario productor que en campañas anteriores y la climatología tan suave no está favoreciendo en nada a este cultivo”.

Así, según ha asegurado Góngora, “si bien durante la campaña anterior el pepino se produjo especialmente tardío, en la actual predominan los agricultores que se han decantado por plantaciones tempranas, en torno al mes de agosto, así como tardías, de septiembre”. El poco que han plantado para tardío “aún no se está recolectando”, ha concluido el máximo responsable de la organización agraria COAG en la provincia.

En cuanto a la superficie cultivada de este producto, en la provincia, tanto Góngora como el presidente de ASAJA-Almería, Francisco Vargas, han coincidido en señalar que se ha producido una disminución. Vargas la cifra en “alrededor del 10 por ciento”.

Por otra parte, para Góngora, uno de los agentes que más está influyendo negativamente en el precio medio al que está cotizando el pepino es, sin duda, la climatología. Y es que, según ha planteado, “las temperaturas están siendo muy suaves, no sólo aquí, también en la Costa Tropical granadina, lo que ha provocado un incremento de la producción”. Aún así, Vargas ha asegurado que “sigue habiendo menos toneladas en origen que en la campaña anterior, debido a que entonces había más hectáreas de pepino en producción”.

Además, las temperaturas elevadas para las fechas del año también se están produciendo en países eu-



■ El pepino tipo Almería es el más demandado por los principales países de la Unión Europea. /FHALMERÍA

ropeos competidores en pepino, como es el caso de “Francia y Países Bajos” lo que está generando, como ha adelantado Góngora, “una sensación de abastecimiento generalizada, lo que está siendo aprovechado, una vez más, por las cadenas de distribución para aprovecharse y seguir fijando precios bajos”.

FLUCTUACIONES

En cuanto al precio, éste ha sufrido bastantes fluctuaciones en estos primeros meses de campaña. Así, Francisco Vargas ha explicado que “en octubre, exceptuando los últimos días que se produjo un ligero ascenso, las cotizaciones del pepino se pueden considerar bastante malas. La subida de final de mes se alargó sólo a los primeros días de noviembre, período en el que los precios se podían considerar razonables. Posteriormente se produjo un descenso considerable que aún perdura en la actualidad”.

Para Vargas no está claro cuál es el motivo que está provocando este descenso de precios en esta hortaliza. Ha explicado que, posiblemente, se trate de “un descenso del consumo de pepino, pero es mucho más factible, una vez más, que los responsables de esta situación vuelvan a ser los mismos de casi siempre, las cadenas de distribución y



■ El pepino corto es el preferido en el territorio nacional. /FHALMERÍA

su política de presionar para vender ellos a precios muy bajos”.

FUTURO

Para el secretario provincial de COAG-Almería, Andrés Góngora, si no se cuenta con el factor de la imposición de precios por parte de las grandes cadenas de distribución, hay un factor que podría ayudar bastante a que se restablecieran unos precios en origen para el pepino más justos para los agricultores. Así, el también responsable estatal de Frutas y Hortalizas de COAG, ha asegurado que “hace fal-

ta que se produzca un descenso de las temperaturas, que entre el frío tanto en las provincias de Almería y Granada como en otros países europeos productores, como Francia y Holanda”.

De producirse una bajada de las temperaturas, Góngora ha explicado que “de esta manera de productores en y para el Viejo Continente europeo quedarían tan solo los de Almería y la Costa Tropical granadina”. Ello generaría, del mismo modo, como ha continuado explicando el responsable provincial de Coag, “una sensación de falta de abastecimiento que contribuiría a

El mercado europeo pide más tipo largo a la provincia

■ R. V. A.

El pepino más extendido en la provincia y en la zona de la Costa Tropical granadina es, sin lugar a dudas, el tipo Almería que, sin embargo, no es el más demandado por los consumidores del territorio nacional, que se decantan más por el pepino corto, que es el más tradicional.

El pepino largo, tipo Almería y holandés es, por el contrario, -de ahí que prevalezca en las dos principales zonas de producción del país-, el preferido por los consumidores del Viejo Continente europeo.

Prueba de todo ello es que cuando surgió la crisis de la ‘E. coli’, que dio comienzo el pasado 26 de mayo de este año, en la mayoría de los medios de comunicación nacionales, si no en todos, la imagen del pepino que se mostró, incluso en campañas de promoción como la que llevó a cabo Telecinco, era el corto. Distinta fue la imagen que figuraba en portadas de periódicos de países del centro de Europa, como es el caso de Alemania, Países Bajos o Francia, donde las fotografías se correspondían con su pepino favorito, el tipo Almería.

ese fin último y necesario, que es la subida del precio”.

No obstante, Góngora ha lamentado que “los agricultores tengan que estar pendientes de mirar si nieva o no en Sierra Nevada y qué tiempo hace aquí o allí porque lo que nos hace falta son soluciones ya”. Y es que, como ha asegurado, “antes de que diera comienzo esta campaña ya avisamos que si se producía otro ejercicio agrícola de bajos precios los productores ya no íbamos a tener más margen de maniobra”.

La situación es verdaderamente crítica y el sector demanda a voces que la Junta de Andalucía y el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino actúen para frenar las presiones y fijación de precios por parte de las cadenas de distribución y sí se fijen límites a la baja en origen.

EL GALIA KIRENE F1 Y EL PIEL DE SAPO HISPANO F1 LLEGAN CARGADOS DE SABOR PARA CONVENCER AL CONSUMIDOR FINAL

Nunhems reinventa los melones con sabor y relanza la judía perona con Rique

NUEVAS VARIEDADES DIRIGIDAS AL PRODUCTOR, AL DISTRIBUIDOR Y AL CLIENTE FINAL GRACIAS A SU SABOR Y CALIDAD

■ José A. Gutiérrez

Nunhems Spain ha estado presente en la última edición de Fruit Attraction 2011 con notable éxito donde ha conseguido presentar sus últimas novedades para mejorar su atención a los productores y los agentes comerciales, así como al distribuidor final.

Francisco Solera, director comercial de melón y judía de Eumea (Europa, Oriente Medio y África), ha adelantado a FHALMERIA algunas novedades de "variedades enfocadas al vendedor y consumidor por su sabor y calidad".

Solera ha añadido que "quiere-



■ Nunhems ha mostrado una gran confianza en su melón Kirene F1.

mos no solo enfocarnos en el agricultor, también en la cadena de distribución". Entre las variedades novedosas está Kirene F1, un melón

galia tradicional con aroma y textura suave. Puede cortarse en amarillo y aguanta 12 días. De esta forma Nunhems quiere llamar la aten-

ción sobre su aspecto no haciendo peligrar su sabor. Solera afirma que "aunque se corte así, garantizamos 13-14 grados brix". Es una planta fuerte y resistente a todo. Francisco Solera dice que "estamos reforzando la imagen que creamos el pasado año. Tiene más azúcar que ninguna variedad".

MELÓN HISPANO F1

El melón Hispano F1 es un piel de sapo que se ha desarrollado con la misma filosofía que el galia anterior: alto sabor y buen nivel de azúcar. No obstante, Francisco Solera afirma que "este producto ha de ser producido bajo unas líneas muy específicas". En cuanto a las características de la planta, Solera añade que "es una variedad que se cultiva muy bien y es muy resistente al oídio, adaptado para ciclo temprano".

Por otra parte, otro objetivo de Nunhems es la recuperación de la mejor judía plana, la perona de más sabor. La variedad que la multinacional tiene en el mercado es Rique. Según Solera, "es más resistente a virus, tiene una producción muy alta porque no se enganchilla, se puede considerar como una judía gourmet". Otras características de esta habichuela es que "es muy carnosa y muy fácil de cocinar".

Francisco Solera cree que "esta judía va a ser muy beneficiosa para el agricultor y por ello para el próximo año vamos a disponer de mucha más semilla".

El comercio de la judía que se había deteriorado por la competencia de los países terceros está recuperándose de nuevo en Almería.

Muchos agricultores están volviendo a cultivar esta hortaliza en sus invernaderos.



London^{F1} y Elektro^{F1} La calidad se saborea

Nuestras variedades Galia poseen un carácter exclusivo. Su aroma, textura y sabor transmiten una experiencia única en la boca de los paladares más exigentes.

A la vista, resulta inconfundible gracias a su particular color amarillo y su escriturado más intenso y denso. Gracias a la combinación de London^{F1} y Elektro^{F1} disfrutamos de un producto de alta calidad durante todo el ciclo.

* APC concedida y en proceso de solicitud para la inclusión en el EC Common Catalogue of Vegetable Varieties.
© Nunhems BV, 2011.
Teléfono de Atención al Cliente: 900 40 90 40



Part of Bayer CropScience

www.nunhems.es

ORÍGENES



■ La casa de semillas RZ cuenta con una alta gama de pepino para todos los trasplantes. / FHALMERÍA

Rijk Zwaan, líder en pepino

LA CASA DE SEMILLAS OFRECE A LOS AGRICULTORES LA MAYOR GAMA EXISTENTE EN PEPINO PARA TODOS LOS TRASPLANTES

■ Elena Sánchez

La casa de semillas Rijk Zwaan tiene una gran presencia de pepino holandés en todos los segmentos, tanto en Almería como en la Costa de Granada y se puede decir que, a día de hoy, son los número uno en pepino. De hecho, sus variedades, tanto tempranas

como tardías, están muy bien adaptadas a sus diferentes zonas de producción y ocupan la mayor parte del mercado en estos momentos.

Según comenta José Luis Ruipérez, responsable de pepino de RZ, “este año, el incremento de nuestras variedades ha sido significativo para trasplantes tempranos, en variedades como Manglar RZ (para la segunda quincena de agosto) y Pradera RZ (para julio y agosto), ya que se trata de dos materiales que han tenido un comportamiento excelente frente a plagas y enferme-

dades, puesto que tienen un nivel alto de resistencia a oídio”.

El catálogo que ofrece RZ a los agricultores de pepino para trasplantes desde febrero hasta octubre es muy amplio, ya que a los existentes Burgos RZ, Valle RZ, Boreal RZ o Jungla RZ vienen a sumarse otros conceptos como Sendero RZ, Paisaje RZ, Pradera RZ y Manglar RZ “con el objetivo de fortalecer nuestra gama de variedades muy resistentes al oídio y las cuales forman parte del concepto Blue Leaf, una propiedad que hace que las plantas sean más saludables durante mucho

más tiempo, mejorando también su apariencia con un verde azulado intenso. Estas plantas cuentan con una raíz fuerte y desarrollan una vigorosidad excepcional”.

PROCESO DE EVOLUCIÓN

De hecho, las previsiones que ya se tienen para la primavera próxima es que “las siembras de Pradera RZ y Manglar RZ continúen evolucionado dado su excelente comportamiento en primavera, ya que se trata de variedades rápidas, de alta producción y,

al mismo tiempo, tienen alta resistencia a enfermedades, lo que lleva a que sea más fácil cumplir con las exigencias de las nuevas normativas de seguridad que ha impuesto el mercado”.

Por otro lado, cabe destacar que la casa de semillas Rijk Zwaan ha logrado convertirse en líder en pepino gracias, también, a que cuenta con el respaldo de los agricultores, puesto que la mayoría confía en las variedades que RZ tiene en su catálogo. La prueba de ello es, por ejemplo, que pasado un tercio de la campaña, los agricultores están comentando el

OTROS TIEMPOS



■ Interior de invernadero con producción de Manglar RZ. / FHALMERÍA



■ Pradera RZ está teniendo muy buena aceptación entre los agricultores. / FHALMERÍA

magnífico resultado que están logrando con materiales como Pradera RZ o Manglar RZ, caracterizadas por su resistencia a oídio, porque con Blue Leaf pueden decir ‘adiós’ al amarilleo o porque

cuentan con un tiempo mínimo entre caña y rebrote. “Es cierto que estamos viendo que estas variedades aseguran la producción al agricultor y, sin duda, este aspecto da mayor tranquilidad durante

la campaña a los productores de pepino”, asegura Jose Luis Ruipérez. Los que ya han podido trabajar con este nuevo concepto Blue Leaf aseguran que consiguen una alta producción y de gran ca-

lidad, dos aspectos que vienen a sufragar las demandas tanto de mercados como de agricultores.

Con todo ello, la casa de semillas Rijk Zwaan sigue siendo la mejor opción, puesto que su prin-

cipal fin es ofertar variedades que cumplan con las demandas del mercado, aporten soluciones y faciliten el trabajo tanto de la producción como de la comercialización.

Éxito de RZ en los cultivos de pepino en ecológico

La casa de semillas Rijk Zwaan ha comprobado que su éxito no sólo se produce en cultivos convencionales, sino que también las variedades Blue Leaf son fuertes en la lucha integrada pero, mejor aún, se están abriendo camino en la producción ecológica, donde la satisfacción de los agricultores es máxima. Cada vez se están demandando más los cultivos ecológicos y variedades como Manglar RZ, Sendero RZ o Paisaje RZ que tienen la característica de que se han adaptado a las mil maravillas en este ámbito logrando un resultado

más que optimista para sus agricultores. De hecho, algunos productores ya están trabajando con estos materiales en sus fincas y las sensaciones que muestran son muy óptimas. Gran producción, alta calidad, frutos que cumplen todas las exigencias del mercado y con un color más oscuro que hacen que sean los productos preferidos por los comerciantes.

La línea en ecológico va viento en popa desde RZ y el objetivo es poder seguir potenciando esta forma de producción tanto en la provincia almeriense como en la Costa de Granada.



■ Sendero RZ destaca por la vigorosidad de su planta. / FHALMERÍA

SYNGENTA

Portocarrero, un piel de sapo que se porta bien con poca luz y alta humedad

LA CASA DE SEMILLAS S&G TAMBIÉN TRABAJA CON CHARENTAIS, DONDE DESTACAN ARAPAHU Y PENDRAGÓN, Y CON GALIA CLÁSICO Y LARGA VIDA

■ Elena Sánchez

La casa de semillas Syngenta está trabajando duro para ofrecer los mejores materiales de melón a sus agricultores de la provincia almeriense. En este sentido, desde la entidad han dado a conocer que los principales tipos con los que trabajan es con piel de sapo, galia y charentais, aunque el primero de ellos marca un especial interés al contar con la mayor parte del mercado nacional. Al respecto, el jefe de producto de melón de Syngenta, Pepe Morellá, indica que “actualmente contamos con Portocarrero, nuestro líder en Almería, y cuyo ciclo de producción es medio-tardío con trasplantes de febrero y marzo”. Una de las características que Morellá ha destacado con respecto a esta variedad es que “los productores de Almería ya empiezan a conocerla, al igual que los co-



■ Portocarrero es un piel de sapo con una alta resistencia a oídio. / SYNGENTA

mercios, una base importante para nosotros que siempre desarrollamos para que la cadena de negocio esté contenta desde el productor hasta el consumidor final”. Con respecto a Portocarrero, Pepe Morellá ha indicado que se trata de un melón “con una planta con facilidad de cuaje, que en condiciones de poca luz y altos niveles de humedad se comporta bien, así

como su calidad es alta y la uniformidad y apariencia externa es buena”.

Asimismo, también dentro de los piel de sapo, desde Syngenta informan que cuentan con una variedad en pruebas que está dando buenos resultados. “Se trata del número MP-3300. Está en fase precomercial y lo que estamos intentando con ella es aglutinar lo

bueno que hemos logrado con Portocarrero, así como también aumentar su resistencia a oídio, ya que los problemas en condiciones de poca luz y mucha humedad proliferan bastante”.

GALIA

Por otro lado, en cuanto a la tipología de galia, desde Syngenta es-

tán trabajando sobre dos líneas, el galia clásico, “donde contamos con Siglo, un melón que lleva mucho tiempo en el mercado pero que por su gran nivel de azúcar y calidad sigue siendo muy demandado; y los larga vida, donde tenemos los denominados ‘Millenium’ con los que pretendemos recuperar el sabor del galia tradicional y añadirle la calidad del larga vida”. En este aspecto, la casa de semillas cuenta con un número que aún está en proceso de desarrollo, el MD-2488, y que destaca por su “calibre adecuado, color fuerte, escriturado aparente y con el sabor y la textura más propia del galia tradicional”, indica Morellá.

CHARENTAIS

Finalmente, dentro de la tipología de los charentais semi larga vida, el jefe de producto de melón de Syngenta comenta que “nosotros estamos trabajando con dos variedades, Arapaho y Pendragón, caracterizadas por su cambio de color en el momento de la recolección. Sus zonas de producción están en estos momentos en El Ejido y el Norte de la provincia y se están usando para ciclos tempranos-medios”. En cuanto a las características principales de estas dos variedades de Syngenta destacan “la gran uniformidad del producto, su escriturado atractivo y color de la carne naranja intenso, con un sabor y aroma típico del charentais”.

TENDENCIAS DEL MERCADO

La sandía mini gana terreno y es una de las variedades más demandadas por Europa

■ E. Sánchez

La sandía mini está cogiendo cuota de mercado en los dos últimos años, ya que sus características y facilidades, tanto para el comprador como para el consumidor, son muchas. De hecho, esta variedad ya es conocida en el continente europeo no sólo por su aspecto exterior, sino también por su sabor, carne roja intensa y calidad. En este sentido, José Gabriel Aranda, agricultor de la zona de Dalías, explica que “las tendencias que estamos viendo en las últimas campañas son que los países cada vez demandan una fruta de menor calibre, fácil manejo y que para el consumidor no sea complicado conservarlo en la casa”. Asimismo, Aranda añade que no sólo es la variedad más solicitada, sino que



■ La mini es una de las sandías más atractivas. / ANECOOP

también “está siendo una de las más cultivadas en el campo almeriense, sobre todo porque las cooperativas y las SAT las están solicitando bastante”.

CALIBRES PEQUEÑOS

Uno de los principales motivos de este hecho es que las otras variedades como la sandía blanca o la negra “tienen mucho tamaño y a la hora de transportarla es más complicado. Además, los consumidores se han acostumbrado a calibres más pequeños y les es más fácil conservarla en sus frigoríficos”. De hecho, este agricultor daliense asegura que “el 70 por ciento de la sandía mini va destinada a Alemania, mientras que el 30 por ciento restante se lo reparten entre Inglaterra, Holanda y Bélgica”. En

cuanto a la zona del Almanzora, la mayor superficie de cultivo al aire libre de la provincia almeriense, Pascual Soler, responsable de la organización agraria ASAJA en esta parte de Almería, afirma que la tendencia de este año pasado ha sido “aumentar la producción de sandía negra sin pepitas en detrimento de la negra con pipa. De hecho, el aumento fue de un 30-40 por ciento, aproximadamente, ya que las exigencias del mercado están cambiando y nosotros nos tenemos que adaptar a ellas. La venta de negra con pepitas está cayendo cada año y no nos sale rentable seguir con su cultivo”.

Y es que estas nuevas tendencias de los mercados, en cuanto al consumo de frutas más pequeñas y sin pepitas en su interior, están provocando que los agricultores cambien su forma de producción y tengan una mente abierta a la hora de aceptar nuevas alternativas que permitan que su rentabilidad se mantenga en unos buenos niveles.

PORTOCARRERO

“El Almeriense de Primera”



syngenta.

UNICA EMPRESA PRESENTE EN LOS TRES MERCADOS DE PEPINO

Nunhems logra cubrir todo el ciclo de cultivo en todos los tipos de pepino

PESE A SER LÍDERES EN FRANCÉS Y ESPAÑOL, SU NOVEDAD PARA ESTE AÑO SON DOS HOLANDESES, MASTIL F1 Y NUN 04063 CUL PARA PRIMAVERA

■ Isabel Fernández

Nunhems es, como afirmó su técnico especialista en pepino, Miguel Ángel Jiménez, “la única empresa con fuerte presencia comercial en los tres mercados de pepino”, es decir, en los segmentos de pepino tipo Almería u holandés, pepino francés y, por último español. Asimismo, y por si esto fuese poco, “en los tres tipos cubrimos todo el ciclo”. La empresa es líder, sobre todo, en los mercados de pepino francés y español y, de hecho, cuenta con dos variedades de referencia, una en cada uno; así, Renoir F1 “es la variedad de francés que se pone en, prácticamente, toda Almería entre agosto y septiembre”, mientras que Poseidón F1 copa el mercado del pepino español para plantaciones en esas mismas fechas.

Sin embargo, y pese a ese liderazgo, las dos principales novedades de Nunhems para esta campaña

se enmarcan en el segmento de pepino tipo Almería u holandés. En este sentido, Jiménez comentó que “Mastil F1 es nuestra novedad para temprano”, es decir, para siembras en los meses de julio y agosto. De esta variedad destacó “su rápida producción, su fruto muy oscuro, el poco aborto” y, sobre todo, “su gran calidad de fruto durante todo el ciclo”. “Los frutos del final de cada cultivo son, prácticamente, iguales que los del principio y esto es importantísimo, sobre todo, a la hora de hablar de precios”, explicó. Asimismo, el técnico especialista en cultivo de pepino de Nunhems apuntó que Mastil F1 “es resistente al virus del amarilleo”.

Este año, la empresa cuenta, además, con una variedad para primavera, o lo que es lo mismo, para plantaciones entre los meses de enero a marzo: Nun 04063 CUL. Esta variedad, según explicó el técnico de la casa de semillas, destaca por “su alta rapidez de producción”, algo muy importante en primavera, cuando los ciclos del cultivo son más cortos. Del mismo modo, llamó la atención sobre su fruto, del que dijo que “tiene un tamaño medio, comercial, que no se



■ Mastil F1, novedad en pepino tipo Almería para esta campaña.

alarga mucho”. Y es que, tal y como señaló, uno de los problemas del pepino de primavera es, precisamente, “que los frutos se alargan mucho”. Por último, y con respecto a Nun 04063 CUL, comentó que es una variedad resis-

tente tanto al virus del amarilleo como al oídio.

Nunhems completa su oferta de pepino tipo Almería con Mirlo F1, para plantaciones en agosto; Misil F1, ideal para el mes de septiembre; y Yacaré F1, para ponerlo en

octubre. Todas estas variedades son resistentes al virus del amarilleo y destacan por sus frutos muy oscuros y alta producción, algunas, como Mirlo F1, incluso, “en condiciones de calor”.

OTRAS VARIEDADES

Nunhems es líder en los mercados de pepino francés y español, donde, de hecho, cuenta con sendas variedades de referencia. Pero junto a Renoir F1, en francés, y Poseidón F1, en español, la casa de semillas cuenta con otro grupo de variedades que, en uno y otro caso, vienen a completar los ciclos de cultivo. De este modo, y en el caso del pepino francés, Nunhems cuenta con Ródano F1, para plantaciones que van desde mayo hasta julio, y con Amaud F1, para octubre. En el caso del primero destaca que es capaz de conseguir “frutos muy oscuros en condiciones de calor”, mientras que Arnaud F1 “es una planta muy vigorosa, lista para producir con frío”.

Por último, y en lo que respecta a sus variedades de pepino español, Nunhems cuenta con Dymas F1, Urano F1 y Ciclón F1, que vienen a sumarse a Poseidón F1. Con estas variedades, la casa de semillas cubre el ciclo de cultivo completo. Un ciclo que puede comenzar con la puesta de Dymas F1, el de puesta más temprana, y concluir con Ciclón F1, el más tardío. Todas estas variedades se caracterizan por su fruto oscuro, muchas espigas y por ser plantas con resistencia al oídio.

ÚLTIMOS DATOS

El pepino se consolida como el tercer producto más exportado de la provincia hasta septiembre

■ I. F. G.

El pepino sigue siendo, junto con tomate y pimiento, el tercer producto más exportado de la provincia y, por ende, uno de los que más aporta a su balanza comercial. Tanto es así que, entre los meses de enero y septiembre pasados, según los datos más recientes de la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca, las ventas al exterior de este producto sumaron 129'75 millones de euros, o lo que es lo mismo, el 8'7% del valor total exportado por la provincia en el período mencionado. Con estos números, el pepino se consolida como el tercer producto más comercializado en el exterior por Almería, puesto que ocupa desde hace mucho tiempo.

Entre los mercados de destino del pepino almeriense, Alemania con-



■ Sus ventas sumaron 129 millones hasta ese mes. / FHALMERÍA

tinúa ocupando un lugar predominante. De hecho, la mayor parte de las ventas de este producto se destinan al país germano campaña tras campaña, donde éste ha logrado abrirse un hueco más que interesante entre sus consumidores.

De entre los distintos tipos de pepino que se cultivan en Almería, ni que decir tienen que el tipo Almería es el que más valor aporta a esas ventas en mercados extranjeros; es más, este producto se cultiva pensando, exclusivamente, en la exportación, mientras que otros tipos, como el francés o el español tienen más cabida en el mercado nacional.

El pepino es, junto con el pimiento, el cultivo mayoritario en el Poniente provincial; no en vano, ya en la campaña pasada, la 2010/2011, en Almería se destina-

ron 4.550 hectáreas a su producción, en torno a 50 hectáreas más que un año antes, la mayor parte en la franja comprendida entre Adra y Almería capital. Pese a los altibajos en sus cotizaciones, dependiendo el año, lo cierto es que el pepino sigue siendo uno de los cultivos más característicos de la provincia y, es más, uno de los cultivos de confianza de los agricultores, que se resisten a abandonarlo, entre otras cosas, por su baja puesta en producción. Y es que, a diferencia de pimiento o tomate, los costes de producción de esta hortaliza son ligeramente menores.

El pepino puede considerarse, sin lugar a dudas, uno de los baluartes de la agricultura almeriense. Este producto es muy conocido en todos los mercados de la provincia y, es más, está bastante asentado en todos ellos. Junto al tipo Almería, dedicado casi en exclusiva a la exportación, los tipos francés y español se vuelcan en el mercado nacional, donde son muy apreciados por los consumidores de la geografía española.

Comarcas

EN EL MUNICIPIO

El Ayuntamiento de El Ejido lamenta que la Junta destine solo 200.000 euros a caminos

LA CONSEJERA ALEGA QUE EN LOS ÚLTIMOS TRES AÑOS HA ENVIADO MÁS DE 1 MILLÓN DE EUROS PARA VÍAS RURALES EJIDENSES

■ Rafa Villegas

Desde que se constituyera la nueva Junta de Gobierno del Ayuntamiento de El Ejido, el nuevo concejal de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente, Manuel Gómez Galera, siempre ha defendido que para él “el arreglo de los caminos rurales del municipio es una prioridad”. Sin embargo, una vez que han conocido la cuantía que recibirá la ciudad para este fin con el Plan Encamina2 de la Junta, de sólo 200.000 euros, no han dudado en calificarlo de “vergonzoso”.

Gómez Galera ha asegurado que “en la actualidad los caminos no están a la altura debido a que han estado los últimos 4-5 años sin mantenimiento por parte de la anterior Corporación Municipal”. Respecto al Plan Encamina2, lamenta que tenga “un presupuesto de sólo 118 millones de euros para toda Andalucía, de los que la provincia de Almería recibirá apenas 14”. Además ha explicado que le parece “indignante que El Ejido, que tiene 7.003 explotaciones agrarias, es decir el 20 por ciento de las almerienses, sólo reciba el 1,2 por ciento del dinero que lle-



■ El alcalde y el concejal de Agricultura del Ayuntamiento de El Ejido se reunieron, junto a parlamentarios del PP, con la consejera. / FHALMERÍA

gará a la provincia, unos 200.000 euros”.

En la misma línea se ha pronunciado el alcalde de El Ejido, Francisco Góngora, quien ha asegurado que es una injusticia, sobre todo si se tiene en cuenta que “el municipio cuenta con la red de caminos rurales más importante de toda Andalucía”.

La consejera de Agricultura y

Pesca de la Junta de Andalucía, Clara Aguilera, lamentó las quejas y afirmó que la mejor prueba del buen hacer de su Consejería al respecto es “el millón de euros que ha destinado al arreglo de caminos rurales de El Ejido en los últimos tres años, una inversión que se ha realizado a pesar de que el mantenimiento de los caminos es competencia mu-

PREVENCIÓN

El Gobierno ejidense actúa para evitar inundaciones en vías rurales

Con la intención de evitar lo que en época de lluvias suele ser habitual en muchos caminos rurales del municipio, el Equipo de Gobierno ejidense ha puesto en marcha un Plan de Drenaje para evitar inundaciones. Al respecto, el concejal de Agricultura, Ganadería y Medio

Ambiente, Manuel Gómez Galera, ha asegurado que “con este plan, no sólo se va a mejorar la infraestructura viaria de la zona, sino que también se evitarán las inundaciones en invernaderos”. Así, como ha continuado explicando el edil, “el Ayuntamiento evitará tener que hacer frente a las indem-

nizaciones por responsabilidad patrimonial de los vehículos dañados a consecuencia del mal estado que presentan estos caminos”. Tras haber aplicado el Plan en el camino de Los Compradores, el de Aldenor o Tierras de Almería, ahora se centran en la Rambla del Loco.



■ Alcalde y concejal en el camino de La Maleza. / FHALMERÍA

nicipal”. Además, Aguilera ha insistido en que “la Junta ha hecho un gran esfuerzo en beneficio de los agricultores de este municipio, a pesar de que el alcalde diga lo contrario. Es falso que los ca-

minos no se arreglen porque la Junta no quiere. Lo que sí es cierto es que son competencia municipal y, a pesar de eso, la Junta ha colaborado para su acondicionamiento”.

COMPROMISO

El Consistorio ejidense adaptará sus ordenanzas para contribuir a la modernización en el campo

■ **Rafa Villegas**

La Concejalía de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Ayuntamiento de El Ejido ha mostrado su total disposición a la Estación Experimental 'Las Palmerillas' de la Fundación Cajamar para, con la firma de un futuro convenio, contribuir a difundir los resultados de los trabajos que se llevan a cabo en la finca. Fruto de estas nuevas relaciones, el concejal del ramo, Manuel Gómez Galera, ha asegurado que "llegaremos, incluso, a adaptar las ordenanzas municipales para contribuir a mejorar los invernaderos".

En concreto, el concejal ha explicado que uno de los trabajos que en su visita junto al alcalde de El Ejido, Francisco Góngora, a la Estación Experimental 'Las Palmerillas' le llamó más la atención fue "la conclusión por parte de los investigadores de la Fundación Cajamar de que se puede mejorar aún más la ventilación en los invernaderos de tipo parral, por lo que incluiremos nuevos requisitos en futuras ordenanzas

municipales para contribuir a ello".

Por otra parte, Gómez Galera valoró muy positivamente también otros trabajos de investigación que se desarrollan en la Estación como "el que trata de encontrar flora autóctona que pueda servir de refugio a insectos auxiliares que, además de esa función, también sirve para embellecer los alrededores de los invernaderos", ha asegurado el concejal.

Del mismo modo, al edil ejidense le interesaron también otros proyectos, como el que se está llevando a cabo "para mejorar la polinización del calabacín dejando a un lado las hormonas naturales, que no obstante no son perjudiciales", como ha asegurado, así como otro trabajo de investigación que se centra, como confirmó Gómez Galera, "en enseñar a los agricultores cómo tener su propia planta de compostaje en su invernadero". No obstante, el concejal reconoció que "no es un proyecto del que puedan beneficiarse todos porque tienen que tener al menos 2 ó 3 hectáreas".



■ Visita del alcalde de El Ejido y el concejal de Agricultura a la Estación Experimental. / FHALMERÍA

YA TIENE RESIDUO CERO



Clisol Agro implanta Heliosecc para las aguas residuales

■ **R. V. A.**

Clisol Agro es la primera empresa andaluza que implanta Heliosecc. Se trata de un nuevo sistema de gestión de aguas residuales para zonas de cultivo muy fácil de usar en el que los productores pueden recuperar

los residuos de fumigaciones después de un tratamiento agroquímico o simplemente de los abonos en el caso de invernaderos que producen con lucha integrada. Los residuos se convierten en sólidos, pasan a recogerlos y se desechan de forma fácil.

VIGILANCIA

El Ejido incrementa hasta cuatro las patrullas rurales de Policía Local

■ **R. V. A.**

El Equipo de Gobierno del Ayuntamiento de El Ejido, con el alcalde del municipio, Francisco Góngora, a la cabeza, ha ampliado el servicio de patrullas rurales de Policía Local para incrementar la seguridad en las zonas rurales de la localidad. En concreto, de los dos agentes que se encargaban de estas funciones se ha pasado a nueve, a los que se suma un incremento en medios materiales con la inclusión de dos vehículos todoterreno, dos motocicletas y dos quad.

Góngora ha asegurado que "para este Equipo de Gobierno la vigilancia en el campo es vital y, por ello, estamos haciendo este gran esfuerzo en una situación de serias dificultades económicas". El alcalde entiende, además, que "es importante que la Policía Lo-



■ El alcalde ejidense con las nuevas patrullas rurales. / FHALMERÍA

cal dé cobertura también a las zonas rurales lo que, a su vez, será un elemento disuasorio para prevenir actos delictivos en nuestro campo".

Para el alcalde, no obstante, "es fundamental la colaboración de los agricultores en la indicación

de posibles comportamientos que no se ajusten a la legalidad, con el fin de que la respuesta de este servicio sea aún más rápida y efectiva". Góngora también ha alabado la colaboración y disponibilidad que, en este campo, tienen de la Guardia Civil.

PREVENCIÓN

La Junta acondiciona siete cauces en Adra para evitar inundaciones

■ **Rafa Villegas**

La Delegación de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía en Almería está realizando trabajos de acondicionamiento de cauces en más de sesenta municipios de toda la provincia con un presupuesto total de 2,6 millones de euros. Gracias a este programa de prevención de inundaciones, en la localidad de Adra se está actuando en siete cauces, de los que ya se han retirado 520 toneladas de residuos vegetales.

El presupuesto fijado para el municipio de Adra es de casi 102.000 euros, según ha explicado en la presentación de las obras en la Rambla de la Estanquera la delegada provincial de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía en Almería, Sonia Rodríguez.

Concretamente, la limpieza se está llevando a cabo en los cauces abderitanos de la Rambla de los Cajorros, Barranco Zabala, Barranco Toril, Barranquillo Malo,



■ La delegada de Medio Ambiente junto a la alcaldesa. / FHALMERÍA

Barranco La Vieja, así como de Barranco Fuente del Ahijado y la ya nombrada Rambla de la Estanquera.

La delegada considera que “resulta fundamental la implicación de todos en el mantenimiento y limpieza de los cauces. Es evidente

que el desarrollo de los procesos naturales nos obliga cada año a realizar este tipo de tareas a las que se destinan importantes partidas presupuestarias, pero no es menos cierto, que si evitamos arrojar restos agrícolas, basura o escombros, se conservarán mejor”.

A TODA LA OPOSICIÓN

IU-Roquetas denuncia que le denegaron la entrada al Consejo Municipal Agrario

■ **R. V. A.**

Izquierda Unida (IU) de Roquetas de Mar ha lamentado que, “tras numerosas ocasiones en las que distintos partidos de la oposición pidieron que el Equipo de Gobierno convocara el Consejo Municipal Agrario, una vez que lo hacen no cuentan con nosotros para participar”.

Así, según relatan desde este partido político, “viendo que durante la mañana nadie del Gobierno local informaba a los demás partidos de la reunión, nos dirigimos al concejal de Agricultura, Nicolás Manzano, para obtener información, afirmando el concejal que sí estaba convocado”. Aseguran que “pasó todo el día y a los partidos de la oposición no se les citó para la reunión por lo que nos personamos sobre 20 minutos antes de que

comenzara para pedir la incorporación al Consejo ese día”.

Para sorpresa de los grupos de la oposición, como relatan desde IU, Manzano “nos dijo que según los estatutos no se permitía la entrada a personas que no estuviesen en el Consejo, bien concejales, público o prensa”. Entonces, la oposición argumentó que existían unos representantes de cada grupo para los distintos órganos colegiados, a lo que Manzano replicó, según afirman desde IU, que “se tendría para otros pero en el de Agricultura no podía ser”.

Así, tanto PSOE como IU e INDAPA lamentan lo sucedido y esperan “que no vuelva a ocurrir”, ya que les parece “indignante que a concejales de este Ayuntamiento se les niegue la entrada a un órgano colegiado en el cual tienen representación”.

AGROIRIS

Desde 1994

En Agroiris agricultores, técnicos, empleados y todos los que pertenecemos a esta empresa hemos trabajado por mejorar nuestra producción año tras año desde 1994. Ahora con más ilusión que nunca y preparados para evolucionar estamos dispuestos a dar lo mejor de nuestra campiña a los más exigentes clientes europeos. Las hortalizas son vida y tenemos muchas.

www.agroiris.com
fguil@agroiris.com / asalinas@agroiris.com

EL EJIDO: Ctra. Almerimar, s/n. Telf: 950 489075. Fax: 950 481261

ADRA: Puente del Río. Ctra. Nacional 340, km. 3,92. Telf: 950 568587

HIGIENE RURAL

Níjar ve la llegada de la empresa checa como “la solución definitiva” a la gestión de residuos

EL AYUNTAMIENTO BUSCA “EL MENOR COSTE PARA EL AGRICULTOR” Y ESTO PODRÍA LOGRARSE, YA QUE LA FIRMA NWT NO NECESITA FINANCIACIÓN

■ Isabel Fernández

El Ayuntamiento de Níjar y la Administración andaluza siguen en contacto con la empresa checa NWT, que estudia la viabilidad de la puesta en marcha de una planta de tratamiento de residuos agrícolas en el municipio que, posteriormente, se convertirán en biogás. De momento, según apuntó el concejal de Agricultura y Medio Ambiente del Ayuntamiento de Níjar, José Requena, “representantes de la empresa han estado aquí unas tres veces, buscando los terrenos adecuados para la ubicación de la planta y estudiando las posibilidades de la red eléctrica”. Requena afirmó que tanto desde el Consistorio nijareño como desde la propia Administración están convencidos de que ésta es “la solución definitiva” al problema de la gestión de residuos agrícolas en la provincia y, por ello, “estamos echándole una mano a la empresa, ayu-



■ El alcalde de Níjar, Antonio Jesús Rodríguez, y el edil de Agricultura, José Requena, visitaron Chequia.

dándoles en todo lo que podemos”, explicó.

Con la futura implantación de esta empresa en el Levante provincial, el Ayuntamiento de Níjar quiere que el tratamiento de residuos suponga “el menor coste posible para el agricultor” y, de momento, la propuesta checa es la que

más se ajusta a este fin. Tanto es así que, según comentó Requena, “el tratamiento de los residuos sería gratis”, mientras que se buscarían fórmulas para que “el transporte fuese lo más barato posible para el agricultor”. Al final, “lo que queremos es que los costes estén muy por debajo de los actuales”, algo

que, ni mucho menos, ofrece la actual planta instalada en la zona, Albaida.

EL PROYECTO

La firma checa NWT ofrece un tratamiento integral de los restos vegetales, según pudieron compro-

bar tanto el edil de Agricultura nijareño como el alcalde del municipio, Antonio Jesús Rodríguez, en una visita reciente a la República Checa. En concreto, el proyecto persigue la generación de biogás; para ello, los residuos se dejan fermentar, a la vez que se le aplican bacterias que producen un gas y este gas se concentra y extrae del proceso. Este gas resultante, elevado a la presión conveniente, se utiliza como combustible que, a su vez, se lleva hasta los motores, “lo que sería suficiente para cubrir el gasto de todo el procedimiento”, según explicó tras su visita a la planta checa el alcalde de Níjar.

Antonio Jesús Rodríguez reconoció que “la inversión sería importante”, aunque la empresa NWT no necesita de aportación externa. Asimismo, afirmó que, antes de emprender el proyecto de forma definitiva, “debemos tener claro que la adaptación de estos procesos se puede hacer en el municipio”, algo que, de momento, parece que es así. Por último, Rodríguez apuntó a su vuelta que aún “se debe profundizar en los estudios y analizarlos, aportando la garantía de que la solución es posible y viable en nuestro municipio”.

CON LA DISTRIBUCIÓN

Costa de Níjar también será proveedor de Mercadona en su nuevo ‘súper’ de Campohermoso

■ I. Fernández

Costa de Níjar también será proveedor de Mercadona en el nuevo centro que la cadena de supermercados valenciana acaba de abrir en Campohermoso. Así lo afirmó su presidente, Esteban Caballero, durante la visita que, recientemente, recibió del diputado provincial de Agricultura, Óscar Liria, y el alcalde de Níjar, Antonio Jesús Rodríguez. Durante el encuentro, Caballero expuso a ambos su modelo de comercialización y les explicó cómo provee de hortalizas a Mercadona. Asimismo, les avanzó que sería el suministrador del nuevo ‘súper’ que la cadena preveía

abrir en Campohermoso a principios de 2012 y que, finalmente, se adelantó a finales de noviembre; en concreto, el supermercado se abrió al público el pasado 25 de noviembre.

OTRAS VISITAS

Durante esa jornada, el diputado provincial y el regidor nijareño no sólo visitaron Costa de Níjar, sino que también tomaron contacto con Coprohníjar y con la alhóndiga Agro San Isidro. En el caso de la primera comercializadora, su presidente, Antonio García Padilla, les mostró con detalle la cadena de envasado con la que cuentan y des-

tacó la modernidad de sus instalaciones, algo que, a su juicio, no sólo incide en los productos, sino también en los propios agricultores.

Por último, durante su paso por Agro San Isidro, su gerente, Francisco Martín, les explicó algunas de las diferencias existentes entre los dos modelos de comercialización arraigados en la provincia, como son la cooperativa y la subasta. En este sentido, Martín abundó en ambos modelos se rigen por parámetros diferentes y, además, cuentan con distintos tipos de gestión. Con estas visitas, el diputado Óscar Liria quiso tener un contacto directo con el sector agrícola nijareño.



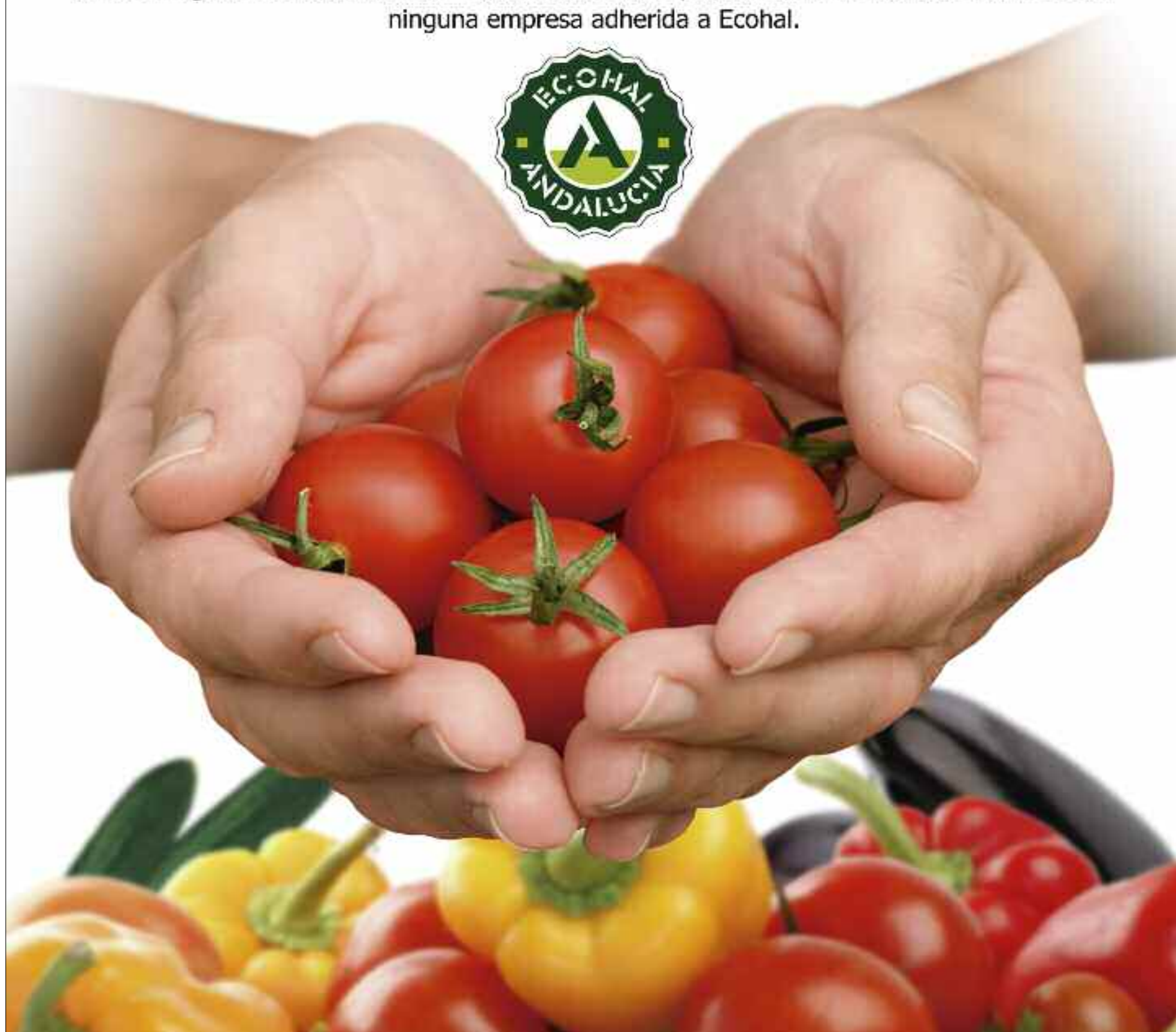
■ Instalaciones de Costa de Níjar. / FHALMERÍA

El futuro está en nuestras manos

Nuestros clientes en Europa esperan mucho de nosotros cada año.
No defraudemos su confianza.

¡Agricultor! No permitamos que nadie quiebre nuestro esfuerzo NO respetando las normas.

- Las empresas comercializadoras están obligadas, por ley, a comunicar a la Administración el uso irregular de fitosanitarios.
- Los infractores no podrán comercializar sus hortalizas en ninguna empresa adherida a Ecohal.



HASTA AGOSTO

El valor de las exportaciones de almendra crece un 6%

I. F. G.

Las empresas almerienses exportaron 1.954 toneladas de almendra entre los meses de enero y agosto de este año, según los últimos datos hechos públicos por la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca. Esta cifra es, prácticamente, igual a la de hace un año; sin embargo, y en lo que respecta al valor de estas ventas al exterior, éste se incrementó un 6%, hasta superar los 7'3 millones de euros. Con estos números, Almería se sitúa como la quinta provincia española exportadora de frutos secos, sólo por detrás de Tarragona, Alicante, Albacete y Murcia. Y es que el almendro es el cultivo que más superficie ocupa en la provincia, casi 59.000 hectáreas.

Con respecto a los mercados de destino de la almendra almeriense, Alemania se consolida como el primer consumidor y, de hecho, en los ocho primeros meses de este año, el país germano importó el 53'3% del total de producto comercializado en el exterior y que alcanzó un valor de casi 4 millones de euros. Tras Alemania se situaron Italia, con el 31'1% y 2'2 millones de euros; Francia, con el 6'5%; e India, con el 5'5%. Volúmenes bastante menores se destinaron, según la Delegación, a destinos tan dispares como Dinamarca, Líbano, Países Bajos, Reino Unido o Bélgica.

IMPORTACIONES

Este aumento de las exportaciones de almendra por parte de las empresas de la provincia viene acompañado de un descenso de las importaciones. De este modo, entre los meses de enero y agosto pasados, el valor de las compras de este fruto seco se redujo casi un 14% y sumó apenas 3'4 millones de euros.

Por último, las previsiones del último aforo de frutos secos realizado por la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca estima una producción de en torno a 14.000 toneladas para esta campaña, un 23'2% más que en 2010.

LEVANTE

Agricultura prevé un descenso del 7'4% en la producción de cítricos

EL INICIO DE CAMPAÑA NO ESTÁ SIENDO FÁCIL A CAUSA DE LOS BAJOS PRECIOS Y PESE A LA BUENA CALIDAD DE TODOS LOS FRUTOS

Isabel Fernández

Los datos del primer aforo de cítricos facilitados por la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca estiman una caída de la producción del 7'4% en esta campaña, que acaba de comenzar, pasando de las 249.402 toneladas de hace un año a las 230.941 toneladas. El principal damnificado de esta reducción de volúmenes es la mandarina que, de hecho, según las cifras del aforo, vería mermada su producción en más de un 14'5%, hasta las 58.999 toneladas. Naranja y limón, por su parte, verían reducidos sus volúmenes en un 4'6% y un 4'88%, respectivamente. Desde la Delegación insistieron en que estos datos "son provisionales", puesto que corresponden al primer aforo y, por tanto, son susceptibles de "sufrir cambios conforme se desarrolle la campaña". Y es que el ejercicio no ha hecho más que empezar.

Los productores de cítricos de la provincia ya están recolectando sus



■ Las primeras lluvias del mes de noviembre no han causado daños en los frutos. / FHALMERÍA

primeros frutos y, al igual que le ocurre al resto de agricultores almerienses, están teniendo en los precios su principal 'caballo de batalla'. En este sentido, Diego Castaño, responsable de Cítricos de ASAJA-Almería, comentó que mandarina y naranja cotizan a precios aceptables, si bien es cierto que "rozan el límite de la rentabilidad". Así, "las mandarinas clementinas

se están vendiendo a unos 0'25 euros el kilo en el huerto, mientras que las naranjas están entre los 0'18 y los 0'21 euros". Caso muy distinto es el del limón, que si bien "empezó a venderse a unos 0'45 ó 0'50 euros, ahora no pasa de los 0'18 euros el kilo".

Por otro lado, y en lo que respecta a la calidad de los frutos, el responsable de ASAJA-Almería afir-

mó que "está siendo muy óptima". La ausencia de lluvias durante, prácticamente, todo el mes de octubre, evitó la pudrición de los cítricos, así como la aparición de enfermedades derivadas del exceso de humedad. Asimismo, y pese a las primeras precipitaciones del mes de noviembre, la calidad sigue siendo "buena", concluyó Diego Castaño.

JORNADA 'PERSPECTIVAS DE FUTURO DEL SECTOR AGRARIO DESPUÉS DE 2013'

"La UE se olvida de la necesidad de exigir la reciprocidad necesaria a los países terceros"

I. Fernández

El delegado provincial de Agricultura y Pesca, José Antonio Salinas, afirmó que la Unión Europea (UE), cuando habla de sus acuerdos con los países terceros, "se olvida por completo de la necesidad de exigir la reciprocidad necesaria". Salinas hizo estas declaraciones durante la inauguración de la jornada 'Perspectivas de futuro del sector agrario después de 2013', organizadas por UPA-Almería en Vélez Rubio.

El delegado provincial aprovechó la oportunidad, además, para plantear que la reforma de la Política Agraria Común (PAC) propuesta por la Comisión Europea se aplase hasta que la UE disponga del presupuesto suficiente para acometerla. Asimismo, mostró su re-



■ El delegado José Antonio Salinas en la inauguración. / FHALMERÍA

chazo a la conocida como 'tasa plana', ya que, a su juicio, una ayuda base para todos los productores europeos por igual "no contribuye a

generar empleo y sólo provocaría un trasvase de fondos desde los países mediterráneos a los del Norte y Este de Europa". Según Salinas,

esto "supondría una menor productividad, menor competitividad y mayor burocracia", justo lo contrario a lo que aspira la propia UE, "que habla de contribuir a una agricultura competitiva e innovadora". En esta misma línea, Salinas advirtió del incremento de la burocracia que acarrearía la nueva PAC, cuando lo que urge, según insistió, es "simplificar la tramitación de ayudas tanto a las regiones como a los beneficiarios".

Por último, el delegado provincial del ramo recordó que, en la campaña 2010/2011, casi 10.000 agricultores de la provincia percibieron unos 30 millones de euros en ayudas directas de la PAC. La mayor parte de esta cantidad, 16'8 millones, correspondieron a derechos de Pago Único.

INTERNACIONALIZACIÓN

‘Tetas de la Sacristana’ comienza su andadura en Rusia con 2.500 botellas

ESTE CALDO DE SELECCIÓN DE VINOS DE FONDÓN HA SIDO ELEGIDO POR UN EXPORTADOR PARA QUE LLEGUE A LA ZONA DE SIBERIA

■ Elena Sánchez

La bodega almeriense Selección de Vinos de Fondón ha presentado, en la sede de la Asociación de la Prensa de Almería, su nuevo proyecto de internacionalización de su caldo ‘Tetas de la Sacristana’. José López, administrador y gerente de la entidad, explica que “esta andadura internacional la vamos a comenzar en Rusia, en concreto, en Siberia, donde van a llegar a lo largo de esta semana 2.500 botellas, de las cuales, ya están vendidas 2.000”.

‘Tetas de la Sacristana’ ha sido elegido por un exportador que es el que se va a encargar de vender



■ Miembros de la bodega almeriense Selección de Vinos de Fondón. /FHALMERÍA

este caldo en la zona de Rusia. “Fueron ellos los que nos buscaron a nosotros, y el hecho de que ahora podamos estar presentes

allí, y en los tiempos de crisis que corren, es sin duda un gran paso adelante para nuestra bodega”, asegura José López.

Sin embargo, a lo largo de un año, en total, serán 40.000 botellas las que se exporten hasta este país, “aunque nuestro exportador está

interesado en llegar a enviar 80.000 botellas, es decir, nuestra producción anual actual”. Por este motivo, la bodega almeriense Selección de Vinos de Fondón ha pasado de tener 11 hectáreas de viñedos a 21 hectáreas en el presente año con una producción total de 150.000 botellas, aunque, es cierto, que “esperamos que para la próxima campaña 2012/2013 contemos con un total de 300.000 botellas de ‘Tetas de la Sacristana’ para poder cubrir toda la demanda que tenemos con la intención de que nos llegue”, indica José López.

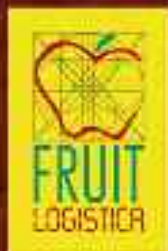
PRIMER ENVÍO

En este primer envío se ha exportado únicamente vino tinto de la variedad ‘Tetas de la Sacristana’ Selección 2009, pero para el siguiente “también vamos a mandar vino blanco y rosado”. Sin embargo, la acción no queda aquí, ya que la bodega está ultimando contratos con otros países como Alemania, Chile o China.

Sin duda, una nueva apuesta que lleva a fortalecer al sector vitivinícola de la provincia almeriense y a su expansión en los mercados internacionales.

THE WORLD OF FRESH PRODUCE

FRUIT LOGISTICA
BERLÍN, 8-10 DE FEBRERO DE 2012
WWW.FRUITLOGISTICA.COM



FRUCHTHANDEL
MAGAZINE

Brifer Services, S.L. - Arturo Soria, 316 - 28033 Madrid
Tel +34-917 622 767 - Fax +34-917 669 932
www.fruitlogistica.com - brifer@brifer.es

Messe Berlin

REUNIÓN INFORMATIVA

Cuatro Vegas debate sobre la desalación y la reutilización de aguas del Bajo Andarax

E. S. G.

La comunidad de regantes Cuatro Vegas ha mantenido una reunión informativa con sus integrantes con el objetivo de tratar sobre aspectos relacionados con la Vega, los Llanos de Almería y el municipio de Viator que constituyen el ámbito geográfico de Cuatro Vegas. En este sentido, durante la asamblea, se debatieron cuestiones que tenían que ver con la reutilización, la desalación y el aprovechamiento de aguas de la Cuenca del Bajo Andarax. Para ello, el presidente de la comunidad de regantes, José Antonio Pérez, dejó entrever que pese a los importantes logros alcanzados en materia de aguas, son necesarias más actuaciones que tienen que ir en línea con la Planificación Hidrológica de la Cuenca Mediterránea Andaluza, aprobada recientemente por el Consejo de Gobierno andaluz, donde se presta especial atención a la modernización de regadíos y al incremento de recursos por desalación de aguas marinas y la reutiliza-

ción de las aguas regeneradas en la fran costera mediterránea.

Con todo ello, José Antonio Pérez también informó a los asistentes que entre las actuaciones prioritarias previstas en dicha Planificación Hidrológica para el Horizonte 2015, en el ámbito de Cuatro Vegas destacan la conducción desde la desaladora de Carboneras a los Llanos de Almería y la ampliación de la depuradora del Bajo Andarax.

CONTACTOS

Por otro lado, el presidente de la comunidad de regantes Cuatro Vegas informó que para alcanzar los objetivos se estaban manteniendo contactos con asociaciones de comercialización, empresas especializadas en materia de tratamiento de aguas, con el Ayuntamiento de Almería y con la Junta de Andalucía, confiando en poder sacar adelante los proyectos de mejora gracias a la concesión de las aguas y con las ayudas previstas en la Agenda de Regadío Horizonte 2011.

RECONOCIMIENTO

Tres bodegas de Almería logran los 'Premios Mezquita'

VEGA DEL ANDARAX, BODEGA Y VIÑEDOS LAUJAR SAT Y BODEGAS SELECCIÓN VINOS DE FONDÓN SE HAN ALZADO CON ESTOS GALARDONES

Elena Sánchez

Tres bodegas almerienses, Vega del Andarax, Bodega y Viñedos Laujar SAT y Bodegas Selección Vinos de Fondón, han sido galardonadas en el Concurso Nacional de Vinos 'Premios Mezquita', entregados en Córdoba. En concreto, Vega del Andarax ha logrado el Premio Mezquita de Plata; mientras que el Premio Mezquita de Oro ha sido para el vino tinto Cepa Bosquet Syrah Barrica 2010, de Bodega y Viñedos Laujar. Asimismo, esta bodega ha logrado el Mezquita de Plata con el tinto Cepa Fuente La Reina, y el Mezquita de Bronce ha sido para el tinto Cepa Bosquet Barrica 2008. Por último, Bodegas Selección de Vinos de Fondón ha logrado un Premio Mezquita de Plata.

El Concurso Nacional de Vinos Premios Mezquita es uno de los más prestigiosos de España. En su XIX convocatoria reunió a autorizados catadores cuya misión fue



■ Premiadados, después de la gala celebrada en Córdoba. / FHALMERIA

elegir, de entre las muestras procedentes de distintas bodegas de las zonas productoras de España, los tres mejores caldos, que recibieron la etiqueta Gran Mezquita de Oro, Mezquita de Oro, Mezquita de Plata y Mezquita de Bronce. El sello identificativo es una pegatina con el dibujo de un arco de medio punto donde se lee el nombre del premio.

Finalmente resaltar que la finalidad de estos galardones es resaltar y divulgar la calidad de los vinos españoles. De hecho, entre sus objetivos está mejorar el conocimiento del mundo de la viña y del vino, defender su milenaria cultura, mostrar sus virtudes y defectos, enseñar la complejidad de su elaboración y crianza y la pluralidad de su procedencia.

BAJO ALMANZORA

CC.OO imparte una serie de cursos relacionados con el sector agroalimentario

E. Sánchez

La Federación Agroalimentaria del sindicato de trabajadores CC.OO ha iniciado una serie de cursos y actividades de carácter social en la Comarca del Bajo Almanzora a través de diversas actividades dirigidas a los trabajadores y trabajadoras de la zona y a los hijos e hijas de estos mismos. En este sentido, la nueva tanda de cursos comenzó el pasado mes de octubre con el de 'Exploración al autoempleo: Alimentos artesanales', donde las alumnas han podido elaborar pan, queso, conservas, repostería, salazones, etc. de una forma totalmente artesanal.

Igualmente, se ha realizado un curso de Manipulador de

Alimentos, un tema muy vinculado a las necesidades formativas del sector agroalimentario, principal fuente de empleo de la zona. Y que el horario de los cursos está programado de modo que los trabajadores puedan acceder a los mismos y mejorar sus posibilidades de promoción en la empresa.

TRACTORISTA

Otro de los cursos demandados debido a la actividad agrícola de la zona es el de tractorista, un curso que finalizó a últimos de noviembre y que permitió a los trabajadores acceder a nuevas posibilidades de empleo y una mayor estabilidad laboral en la empresa.

ANÁLISIS DEL PLAN 'LIDERA'

El delegado de Agricultura se reúne con los GDR de Almería

E. S. G.

El delegado de Agricultura, José Antonio Salinas, ha mantenido una reunión de trabajo con los presidentes y gerentes de los Grupos de Desarrollo Rural de Almería, en la que han analizado la marcha del Programa de Desarrollo Rural de Andalucía, 'LiderA', y los denominados Planes de Zona. En este sentido, Salinas ha valorado el trabajo que realizan estas entidades en la ejecución de las políticas para el medio rural, "políticas que a la vez que contribuyen al impulso de iniciativas de empresarios y emprendedores generadoras de riqueza y empleo, ayudan a fijar la población en muchos municipios que, sin apoyo público, se verían en riesgo de despoblamiento".



■ El delegado junto a los miembros de los GDR de Almería. / FHALMERIA

En el transcurso de la reunión se examinaron los proyectos que los GDR han puesto en marcha o tienen en tramitación desde la puesta en marcha del programa 'LiderA',

así como la marcha del Proyecto Cooperación para la mejora de servicios turísticos y de protección del patrimonio cultural que gestionarán los cinco GDR.

Universidad

ALMAZARA CANJÁYAR

Regala botellas de aceite en unas Jornadas de Gerencia

■ E. S. G.

La Almazara de Canjáyar ha ofrecido a la Universidad de Almería botellas de aceite de oliva como obsequio para los participantes de las XXIX Jornadas de Gerencia Universitaria de las universidades españolas, que se celebró el pasado mes de octubre. A esta cita asistieron alrededor de 150 gerentes de todas las universidades del país.

Asimismo, recordar que hace unas semanas el rector de la UAL, Pedro Molina, mantuvo un encuentro con el alcalde de Canjáyar, Francisco Alonso, y con el gerente de la Almazara de Canjáyar, Manuel Calvache. Uno de los principales motivos de este encuentro fue reafirmar el compromiso de la Universidad y el Ayuntamiento de dicha localidad para seguir colaborando en nuevas ediciones de los Cursos de Verano.

La Almazara de Canjáyar es de una de las empresas de producción de aceite de oliva más consolidadas en la provincia de Almería. Su cuota de mercado en el territorio almeriense es cada vez más creciente con las vistas puestas en un crecimiento sostenido en ámbitos geográficos más amplios.

MICOLOGÍA

La Semana de la Ciencia da gran protagonismo al mundo de los hongos

UNA EXPOSICIÓN HA PERMITIDO CONTEMPLAR REPRODUCCIONES EXACTAS DE LAS VARIETADES QUE SE LOCALIZAN EN ALMERÍA

■ Elena Sánchez

La UAL ha contado durante tres días con la exposición 'El mundo de los hongos', en la que alumnos de bachillerato han podido contemplar reproducciones exactas de las principales variedades que se localizan en la provincia. Así, temas como cuál es la diferencia entre un hongo y una seta, cómo distinguir qué especies son perjudiciales para el consumo humano o qué tipología es la más abundante en el campo almeriense son algunas de las cuestiones que se han podido resolver con dicha exposición. De hecho, a lo largo de estos tres días, más de 100 alumnos han tenido la posibilidad de conocer de cerca el trabajo del biólogo Eduardo Gallego, experto en micología, la ciencia que se dedica al estudio de los hongos y quien señala que "la exposición ha dado la oportunidad de realizar un recorrido por los aspectos más relevantes del mundo de los hongos a través de una serie de paneles explicativos elaborados para la Semana de la Ciencia".

De forma gráfica, sencilla y atractiva, la información se ha presentado dividida en cuatro grandes blo-



■ Producción de setas.

ques: biología de hongos, hongos y ecosistemas de Almería, principales reglas para recoger setas comestibles, y Setas comestibles y venenosas de Almería.

POCAS SON COMESTIBLES

De hecho, un dato importante que se ha podido conocer ha sido el que en Almería, el 80 por ciento de las setas carece de valor culinario frente a un 10,5 por ciento que sí es comestible; o que, para evitar intoxi-

caciones cuando se recolectan setas, hay que tener en cuenta una serie de características que ayudarán a identificar las especies que son venenosas.

Además, el atractivo de esta exposición se ha concentrado en una proyección de diaporamas que acerca al interesado al detalle de texturas y colores y, sobre todo, en un expositor con reproducciones exactas de las setas y hongos más frecuentes de la provincia de Almería, que han sido realizadas por un artesano en micología.

ENCUENTRO

Coordinadores del Proyecto Enerbioalgae se citan en Almería

■ E. S. G.

El pasado mes de octubre se celebró en Almería la tercera Reunión de coordinación y gestión del Proyecto Enerbioalgae a la que acudieron sus principales responsables. El objetivo de este proyecto es utilizar las microalgas para limpiar aguas residuales y, al mismo tiempo, producir biomasa que genere biodiesel. Así, investigadores del Departamento de Ingeniería Química de la UAL han diseñado unos prototipos de reactor para el tratamiento con microalgas de efluentes industriales contaminados cuyas primeras unidades ya están funcionando en la Estación Experimental de Las Palmerillas. Otros grupos han logrado aislar cepas de microalgas de hábitats naturales, con alta velocidad de crecimiento y tolerancia a condiciones adversas de cultivo. Según comenta Gabriel Acíen, coordinador de Enerbioalgae en la UAL, "en estos ensayos se están utilizando biorreactores a los que se han añadido fertilizantes, CO₂, nutrientes que reproduzcan las condiciones de las aguas de origen y favorezcan el desarrollo de las cepas de microalgas". A finales de 2012 se diseñará e instalará una experiencia a mayor escala para demostrar su viabilidad.

Níjar

cultiva confianza

Ayuntamiento de Níjar
Concejalía de Agricultura y Medio Ambiente

www.nijar.es

i + D

EN BREVE...

Cualificación en producción integrada



IFAPA La Mojonera ha impartido un curso de cualificación en producción integrada con el que los asistentes han obtenido nociones sobre comercialización de frutas y hortalizas; procesos y tecnología postcosecha; trazabilidad o higiene.

Un gusano que ataca las vides

El CSIC ha descubierto una nueva especie de gusano nemátodo que ataca la vid y que ha sido detectado en suelos y raíces de viñedos de Andalucía. De momento, según el CSIC, este parásito no pone en riesgo los cultivos, ya que las poblaciones detectadas son poco numerosas. El nemátodo se caracteriza por su cuerpo cilíndrico de 1,5 a 2 milímetros de longitud y de 45 a 50 micras de anchura y se alimenta de plantas.

Nuevo compuesto contra la Tuta



La empresa almeriense Zayintec ha descubierto un compuesto químico de origen natural (alfa-zingibereno) que actúa como agente repelente e insecticida contra la Tuta absoluta en los cultivos de tomate, ya que disminuye su actividad alimentaria.

TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO

Cultivos subtropicales para saciar la demanda de avances en el sector agrícola

SE ESTÁN EVALUANDO NUEVAS VARIEDADES DE CHIRIMOYA, MANGO, UVA DE MESA, NÍSPERO JAPONÉS O CAQUI PARA AUMENTAR SU VALOR

■ Elena Sánchez

La necesidad de mejorar las técnicas de cultivo viene siendo el reto fundamental de un sector que está en continuo cambio. Por ello, dentro del programa de trabajo del Área de Fruticultura Subtropical Mediterránea de la Estación Experimental de Las Palmerillas se establecen tres líneas prioritarias de actuación trabajando con especies de clima subtropical y mediterráneo como la uva de mesa, el níspero, la chirimoya, el mango o el aguacate. En este sentido, el responsable del departamento de Fruticultura Subtropical Mediterránea de la Fundación Cajamar, Juan José Hueso, detalla tres líneas principales de actuación para la presente campaña. La primera de ellas es la Mejora Material Vegetal, cuyo objetivo es la selección y evaluación de nuevas variedades adaptadas a las condiciones agroclimáticas mediterráneas, buscando sistemas de cultivo más rentables a partir del material



■ El mango es uno de los productos estudiados en Las Palmerillas. / FHALMERÍA

disponible en los Bancos de Germoplasma y obtenidos a través de programas de mejor. Actualmente se están evaluando nuevas variedades de chirimoya, níspero japonés, mango, uva de mesa y caqui.

En segundo lugar, desde la Estación Experimental se está estudiando el Incremento de la Producción y la Calidad, con el objetivo de desarrollar nuevas tecnologías y técnicas de cultivo que incrementen la competitividad del sector aumentando el valor final de

la producción y reduciendo costes de cultivo. En esta línea se ha puesto a punto el cultivo de uva de mesa en invernadero para adelantar la cosecha, el uso de técnicas de aclareo químico o estrategias de riego deficitario postcosecha en níspero japonés, la mejora de la productividad y calidad del fruto en chirimoya.

Finalmente, la tercera línea propuesta para esta campaña está relacionada con la potenciación de la IV y V gama, con la que se preten-

de incrementar el valor final de la producción y generar valor añadido haciendo llegar al consumidor un producto fresco o transformado de calidad y en óptimas condiciones para el consumo. De hecho, se está trabajando para conocer la fisiología de la maduración y establecer índices de madurez objetivos que garanticen la calidad final del producto en chirimoya y níspero, como primer paso para mejorar la conservación de la fruta en postcosecha.

EN ESPAÑA...

Los cítricos absorben el doble de CO2 que el generado por el consumo industrial

■ E. Sánchez

Con el cambio climático cualquier estrategia de captura y almacenamiento de gases contaminantes se configura como primordial en el ámbito de la sostenibilidad ambiental y, en este sentido, los cítricos pueden desempeñar un papel relevante. De hecho, el estudio realizado por el IVIA, 'La huella del carbono en plantaciones de cítricos' establece que estas plantaciones en "nuestras latitudes presentan una capacidad de asimilación de CO2

y un metabolismo muy estables y adaptados a condiciones cambiantes, los que los convierte en un cultivo muy interesante y prometedor desde la perspectiva de la mitigación del cambio climático".

Otra de las particularidades de este cultivo es que tiene una gran capacidad de almacenamiento de carbono en sus variados tejidos que, además, es modulable en función de los agentes externos mediante cambios de su actividad fotosintética. A ello, se suma una elevada eficiencia producti-



■ Gran producción de naranjas en la provincia almeriense. / FHALMERÍA

va que indica un potencial de gran magnitud. Por todo ello, desde Asozumos consideran que "el cultivo de cítricos contribuye a la sostenibilidad medioambiental,

lo cual redundará en beneficio de nuestra industria y de su eficiencia, no sólo desde el punto de vista medioambiental sino también desde la perspectiva económica".

Industria agraria

AGROTEC



■ Éste es el modelo de invernadero que el CT almeriense llevará al país norteafricano. / FHALMERÍA

TECNOVA exporta el 'invernadero tipo Almería' a Marruecos y abre el mercado a las empresas del sector

■ Isabel Fernández

El Centro Tecnológico de la Industria Auxiliar de la Agricultura-TECNOVA lidera un proyecto sobre transferencia tecnológica en Marruecos que persigue, según apuntaron desde el propio CT almeriense, “la puesta en marcha de un nuevo modelo agro-tecnológico en el que se aplique el conocimiento y experiencia almeriense en agricultura intensiva bajo plástico en la zona nororiental de Marruecos, así como la creación en Almería de una oficina de transferencia tecnológica agrícola hacia la región africana”.

Este proyecto, denominado ‘Mejora agroindustrial mediante transferencia tecnológica entre Alme-

ría y la Región Nororiental de Marruecos’, aprobado por la comisión del Programa Operativo de Cooperación Transfronteriza España-Fronteras Exteriores (POCTE-FEX), incluye el desarrollo de la implantación de un invernadero adaptado a las condiciones agrícolas marroquíes. Así, gracias a AGROTEC, que así se denomina la iniciativa liderada por TECNOVA, el CT almeriense persigue “acceder a nuevos mercados con características similares en cuanto a agricultura o climatología”. En este sentido, su puesta en marcha permitirá, por un lado, la implantación de empresas de la industria auxiliar de la agricultura almerienses en esta región marroquí y, por otro, una mejora de la competitividad,

así como el desarrollo del sector agrícola en dicha zona.

Con la implantación de un invernadero adaptado a las condiciones del lugar, desde el CT TECNOVA pretenden incrementar el valor añadido del sistema productivo marroquí, así como contribuir al aumento de la superficie dedicada al cultivo bajo abrigo de productos hortofrutícolas. Esto permitirá, asimismo, según TECNOVA, “generar empleo para la población, favoreciendo la economía regional y el conocimiento de las nuevas tecnologías”. Del mismo modo, facilitará “posicionar a la industria auxiliar de la agricultura en un nicho de mercado como es la región Nororiental de Marruecos”, concluyeron.

NUEVO CHERRY RAMO

Nunhems premia a dos semilleros en la promoción de ‘Exótico’

■ I. F. G.

La casa de semillas Nunhems premió recientemente a dos semilleros de la Costa de Granada que participaron en la promoción de su nueva variedad de tomate cherry ramo, ‘Exótico’. En concreto, su técnico especialista en Tomate, Iván Sierra, hizo entrega de los galardones a M^a del Pilar Abarca y Domingo López, de la delegación de Saliplant en Carchuna, y a Diego Moreno y Félix Vargas, del semillero S.A.T. La Caña. Con la entrega de estos premios, según indicaron desde la propia empresa, se ponía punto y final a una campaña que empezó el pasado mes de junio y que tenía



■ Entrega de premios.

como objetivo dar a conocer su nueva variedad de tomate cherry ramo.

‘Exótico’, tal y como explicaron, “se caracteriza por su alta resistencia al virus de la cuchara (TYLCV), rajado de frutos, por una excelente conservación de frutos y ramos, así como por su gran sabor y firmeza”, con lo que, según Nunhems, “pretende cubrir las necesidades de sus clientes”.

TECNO RURAL-W

Más de 250 mujeres se forman en el uso de nuevas tecnologías y maquinaria

■ I. F. G.

Más de 250 mujeres y jóvenes relacionados con el mundo rural participaron durante los meses de octubre y noviembre en varios cursos sobre el uso de nuevas tecnologías y todo tipo de maquinaria agrícola, organizados por el proyecto Tecno Rural Woman. Este proyecto, que cuenta con el apoyo del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM)

y del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER), está destinado, en especial, a las mujeres del mundo rural para que puedan mejorar su formación y, por tanto, su capacitación para desarrollar tareas más cualificadas en las explotaciones agrarias, e incluso, para gestionar su propia empresa, siempre dentro de parámetros de sostenibilidad y protección del medio ambiente. Los cursos fueron tanto presenciales como online.

LOGÍSTICA

■ I. F. G.

El transporte aéreo de hortalizas sería viable desde el aeropuerto de la capital. Así se puso de manifiesto en una jornada sobre ‘Carga aérea, una realidad a explotar. Almería, primera provincia exportadora de frutas y hortalizas por vía aérea’, celebrada recientemente en el Parque Científico Tecnológico de Almería (PITA). Durante la jornada, Santiago Yus, director del Aeropuerto de Almería y ponente, afirmó que la

El transporte aéreo de hortalizas sería viable desde el aeropuerto de la capital

proyección internacional adquirida por el sector hortofrutícola provincial, así como la posible búsqueda de nuevos mercados ante la consolidación de los destinos tradicionales convierten al avión en una alternativa “óptima” para el transporte de estos productos, “más aún si te

tienen en cuenta las ventajas que ofrece para el traslado de mercancías perecederas como la rapidez, seguridad y fiabilidad”. En este sentido, Yus destacó las características del aeropuerto almeriense, que reúne las condiciones necesarias para que operen grandes cargueros.

Por su parte, Trinidad Cabeo, presidenta de la Autoridad Portuaria de Almería, puso de manifiesto las ventajas de este tipo de transporte para ciertas mercancías, “especialmente cuando se trata de mercados lejanos como EE UU o Canadá”. La entrada en juego del aeródromo alme-

riense supone, además, un nuevo impulso a un concepto fundamental en el transporte de mercancías que pasa por la intermodalidad.

Por último, el delegado provincial de Agricultura y Pesca, José Antonio Salinas, también presente en la jornada, llamó la atención sobre algo que preocupa, y mucho, al sector, como son “los precios”. En esta línea, afirmó que “cualquier disminución que se pueda conseguir en el componente de los costes, incluyendo el transporte, sería esencial”.

IV y V gama

ALZA TAMBIÉN EN 2011

Las ensaladas, el producto de IV gama preferido por los consumidores españoles

■ I. F. G.

Las ensaladas se volvieron a situar entre enero y agosto de este año como el producto de IV gama preferido por los consumidores. Así lo demuestran los datos de la consultora Symphony Iri, que especifican que, en los ocho primeros meses de 2011, las ventas de ensaladas sumaron 31'1 millones de kilos, un 2'5% más que en el mismo período de 2010, y alcanzaron un valor de 172'8 millones de euros. Tras las ensaladas se situaron las verduras cortadas, con 22'5 millones de kilos comercializados, apenas un 0'02% menos que en 2010, y un valor de 126'4 millones de euros.

Las frutas, por su parte, mostraron un avance significativo en este tiempo; tanto es así que, si en los ocho primeros meses de 2010 se vendieron 72.525 kilos, en el mismo período de este año, esa cifra se disparó hasta los 963.505 kilos comercializados por un valor final de 4'5 millones de euros (sólo 526.993 euros en 2010).

En total, según las cifras manejadas por esta consultora, las ventas de productos hortofrutícolas de IV gama se mantienen al alza

y, de hecho, entre enero y agosto, sumaron 54'6 millones de kilos, un 3% más en relación al mismo período de 2010. Entonces, ya con el año cerrado, el volumen total comercializado de frutas y hortalizas de IV gama ascendió a 70'6 millones de kilos, un 6% más que un año antes, según los datos de la Asociación Española de Frutas y Hortalizas Lavadas Listas para su Empleo (AFHORLA).

V GAMA

Bien distinta es, según los datos de la consultora Symphony Iri, la situación del sector de la V gama. Y es que frente al alza progresiva en la venta de los alimentos lavados y listos para su consumo, los preparados, por su parte, se han estancado. De este modo, hasta el pasado mes de agosto, este sector comercializó 6'5 millones de kilos, un 0'4% menos que un año antes, por valor de 22'5 millones, un 2'6% menos. Desde el sector apuntaron a la crisis económica como la principal causante de esta situación, ya que, a su juicio, se trata de un ámbito de producción "muy difícil" para las pocas industrias que trabajan en el sector.

SECTOR EN EXPANSIÓN

La provincia casi duplica sus exportaciones de conservas

■ HASTA AGOSTO, ALMERÍA ENVIÓ AL MERCADO EXTERIOR 7'7 MILLONES DE KILOS DE ESTOS PRODUCTOS, EL 30% SÓLO A ESTADOS UNIDOS

■ Isabel Fernández

Las exportaciones almerienses de conservas hortofrutícolas ascendieron a 7'7 millones de kilos entre los meses de enero y agosto, un 43% más que en el mismo período del año 2010, según los últimos datos hechos públicos por la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca. La facturación de estos envíos, por su parte, sumó 6'83 millones de euros, un 2'11% más. Con estos números, las conservas provinciales suponen ya el 0'5% del total de las exportaciones de la provincia y sitúan a este sector en puesto número 12 del ranking almeriense de ventas al exterior.

Una vez más, Estados Unidos se situó como el principal consumidor de estos productos y, de hecho, el 30% de las exportaciones de conservas de frutas y hortalizas tuvieron como destino final este país. Tras Estados Unidos, Alemania se sitúa como el segundo gran dema-



■ Latas de fritada de Industrias Alimentarias de Sufilí. / FHALMERÍA

nandante de estos alimentos, con una cuota del 14'%. Cierra el podio Francia, con algo más del 13%. Las conservas almerienses tienen presencia también, aunque en muy menor medida, en países como Finlandia, Italia, Bélgica, Suecia, Canadá y Venezuela.

Por productos, las conservas de frutas son las que más mercado tie-

nen en el exterior; tanto es así que, entre enero y agosto, sumaron 5'2 millones de kilos, un 112% más que en el mismo período de hace un año. Asimismo, sus ventas superaron los 2'6 millones de euros. Por último, y en cuanto a las conservas de hortalizas, se exportaron algo más de 2 millones de kilos, que facturaron 3'2 millones de euros.

PROYECTO FARO

Albentillas S.C.A. prevé producir 4.700 tm. de mermeladas al año

■ I. F. G.

La cooperativa Albentillas prevé producir 4.700 toneladas de mermeladas al año, 4.500 de ellas de naranjas y 200 toneladas de mandarinas. Para ello, la comercializadora de cítricos ha puesto en marcha una nueva nave de 4.000 metros cuadrados que cuenta con una nueva línea de manipulación y clasificación de frutas y cítricos. En este sentido, la consejera andaluza de Agricultura y Pesca, Clara Aguilera, destacó durante una visita a estas instalaciones "el impulso que esta actividad aporta al desarrollo sostenible de la provincia". Asi-

mismo, Aguilera llamó la atención sobre la "apuesta por la transformación" de cítricos para potenciar la diversificación económica de la zona y la provincia a través de esta nueva central de manipulación, cuya línea para la elaboración de mermeladas supone "un valor añadido a la producción".

Esta iniciativa de Albentillas S.C.A. se enmarca en los proyectos FARO, que fomentan el desarrollo rural y están dirigidos a poner en marcha actuaciones experimentales de cara a la aplicación de la Ley de Desarrollo Sostenible del Medio Rural. Estos proyectos persiguen, en última instancia, ayu-

dar a "fijar en el terreno a la población rural", según explicó la consejera de Agricultura y Pesca.

LA COOPERATIVA

Albentillas S.C.A. se dedica, principalmente, a la producción de cítricos y uva de mesa y, de hecho, de sus 177 hectáreas en producción, 163 están destinadas al primero de estos cultivos y 11 al segundo. De este modo, según apuntaron desde la Administración andaluza, su producción supera los 3'4 millones de kilos, 171.000 de uva de mesa. Por último, y en lo que respecta al valor de esta pro-



■ Clara Aguilera en una visita a las nuevas instalaciones. / FHALMERÍA

ducción comercializada, ésta se sitúa en 610.000 euros para la uva y 1'5 millones de euros para los cítricos.

Desde el año 2001, Albentillas S.C.A. está reconocida como Or-

ganización de Productores de Frutas y Hortalizas (OPFH) y cuenta con unos 365 socios de 13 municipios de las comarcas del Medio Andarax, el Bajo Nacimiento y Dalías.

ANUARIO GRÍCOLA 2011

ANUARIO
GRÍCOLA 2011

Resérvelo en el
+34 950 571346 o
comercial@fhalmeria.com



HORTICULTURA INTENSIVA DE ALMERÍA
fhalmería

HORTICULTURA INTENSIVA
DE ALMERÍA

fhalmería

Legislación

HASTA FEBRERO

Autorización excepcional para el 1'3 dicloropropeno

■ I. F. G.

El Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino acaba de autorizar de forma excepcional el 1'3 dicloropropeno, un desinfectante químico empleado para combatir los nematodos y enfermedades del suelo. De este modo, desde el pasado 1 de noviembre y hasta febrero del próximo año 2012, los agricultores de la provincia podrán utilizar las distintas formulaciones de esta sustancia activa, no sólo para el cultivo de hortalizas, sino también para el de vid y flor cortada.

En este sentido, desde COAG-Almería celebraron la noticia, ya que, según explicaron, "en el caso de nuestra provincia, este producto fitosanitario es usado para desinfectar los suelos hortícolas de los invernaderos" y, de no usarse, "los agricultores podrían ver mermada su producción".

HASTA 31 DICIEMBRE

Subvenciones para el programa de Producción Ecológica

■ I. F. G.

La Consejería de Agricultura y Pesca publicó recientemente la Resolución por la que se convocan subvenciones para la participación de agricultores y ganaderos en el sistema de calidad de Producción Ecológica, que podrán solicitarse hasta el próximo 31 de diciembre. Según explicaron desde la Administración andaluza, estas ayudas están destinadas a cubrir los costes fijos de los organismos de control autorizados a los que deben hacer frente los productores que participan en este programa de calidad y de ellas podrán beneficiarse, precisamente, los titulares de explotaciones agrícolas y ganaderas involucrados en actividades comerciales que estén inscritos en un organismo de control de la Junta.

CONFERENCIA SECTORIAL

Andalucía recibe más de 10 millones para programas agrícolas y ganaderos

LA MAYOR PARTE DE ESTA INVERSIÓN ESTATAL, MÁS DE 6 MILLONES, VA DIRIGIDA A LA PUESTA EN MARCHA DE PROGRAMAS DE DESARROLLO RURAL

■ Isabel Fernández

Andalucía recibirá más de 10 millones de euros como resultado de la Conferencia Sectorial de Agricultura y Desarrollo Rural, celebrada el pasado 17 de octubre de 2011. Así lo aprobó el Consejo de Ministros el pasado 11 de noviembre. En total, el Estado distribuirá más de 97 millones de euros entre las Comunidades Autónomas (CC AA), de los que más de 79'7 millones se destinarán a programas de desarrollo rural y otros 10'7 millones, aproximadamente, a líneas de actuación de programas agrícolas. Los programas ganaderos recibirán, por su parte, una aportación de casi 5'7 millones, mientras que 1'1 millones se destinarán a la industria agroalimentaria.

En el caso de la Comunidad Autónoma andaluza, la mayor partida es la destinada al desarrollo rural sostenible; de hecho, de los más



■ La Conferencia Sectorial, reunida en octubre, aprobó la distribución de 97 millones. / FHALMERÍA

de 10 millones que recibirá Andalucía de las arcas del Estado, 6'1 se destinarán, en exclusiva, a la puesta en marcha de programas de desarrollo sostenible del medio rural.

Por otro lado, y en lo que respecta a los programas agrícolas y ganaderos, la Comunidad Autónoma recibirá casi 3'8 millones. De este dinero, la mayor partida presupuestaria (1'9 millones de euros, aproximadamente) es la destinada a la

mejora del sector de frutos de cáscara y algarrobas. Asimismo, y como no podía ser de otra manera, dado el empuje que en Andalucía se le está dando a la lucha integrada contra las plagas, más de 354.000 euros irán destinados a la puesta en marcha, precisamente, de programas para luchar contra las plagas.

En la última Conferencia Sectorial de Agricultura y Desarrollo

Rural se decidió, asimismo, conceder a la Comunidad Autónoma casi 1'5 millones de euros para la puesta en marcha de programas estatales de control y erradicación de las EETs y otras enfermedades de los animales.

Por último, Andalucía recibirá en torno a 160.000 euros para la ejecución del Plan de Consumo de Fruta y Verdura en las Escuelas, que busca fomentar el consumo.

AYUDAS

Hasta 150.000 euros para las interprofesionales

■ I. F. G.

La Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta ha establecido la concesión de subvenciones a las organizaciones interprofesionales agroalimentarias andaluzas para la realización de estudios, la divulgación del conocimiento y el desarrollo de nuevos procesos y tecnologías, a través de una Orden publicada en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (BOJA). Estas subvenciones, de carácter anual, pueden alcanzar un importe máximo de 150.000 euros y están destinadas, según indicaron desde la Administración, "a las organizaciones interprofesionales agroalimentarias reconocidas por

la Consejería" o, en su caso, a las "reconocidas a nivel nacional que tengan su sede o una delegación específica y permanente en Andalucía y, además, cuenten con una representación significativa del sector andaluz".

Estas ayudas están destinadas a subvencionar gastos de puesta en marcha de nuevos sistemas documentados de control de calidad de los productos agroalimentarios, la incorporación de innovaciones técnicas a los procesos productivos y defensa de las producciones agroalimentarias. Del mismo modo, estas ayudas se podrán utilizar para gastos de ejecución de acciones como publicación y difusión de información o estudios.

MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD

Agricultura aprueba 22 millones en ayudas para invernaderos de excelencia

■ I. F. G.

La Consejería de Agricultura ha publicado la resolución provisional por la que se conceden subvenciones para la modernización de invernaderos orientados a la producción de tomate y otros hortalizas, con el objetivo de obtener estructuras de excelencia que contribuyan a mejorar la competitividad del sector hortofrutícola. Según este listado provisional, serán 40 los agricultores y empresas solicitantes que se benefician de estas ayudas, cuyo importe asciende a 22'2 millones de euros

para una inversión total de 55'5 millones. La mayor parte de estas ayudas recalará en las provincias de Almería y Granada, ya que, entre ambas, suman el 60% de la superficie de invernadero destinada a la producción hortofrutícola de Andalucía.

Esta línea de ayudas permite cubrir, según recordaron desde la Consejería, hasta 3 millones, con subvenciones que pueden llegar hasta el 50%. Su objetivo no es otro que el incremento de la producción por metro cuadrado mediante la mejora de las condiciones técnicas del invernadero.

Agenda



Viveralia aglutinará en Elche a los principales profesionales del sector de la planta ornamental

Del 18 al 20 de enero se celebra una nueva edición del Salón Profesional de la Planta Ornamental y Afines, Viveralia, que aglutinará a los principales profesionales del sector viverista y se convierte en un punto de referencia básico para los profesionales de viveros, zonas verdes y jardinería, ya que reúne la oferta más completa y cualificada dentro de este gran sector. En este sentido, Viveralia, que se celebra en Elche, es un magnífico punto de encuentro para expositores y visitantes, además de un escaparate

te donde presentar las últimas novedades y potenciar la imagen de los sectores implicados ante los consumidores. Asimismo, durante los tres días que dura esta feria se celebrarán las 4ª Jornadas Técnicas organizadas por la Escuela Politécnica Superior de Orihuela, de la Universidad Miguel Hernández. Por último, desde la organización han informado que se premiará al expositor con la exposición del mejor árbol singular, así como también al stand mejor decorado.



Feria de Zaragoza prepara una nueva edición de FIMA destacada por el 'Día del Joven Agricultor'

Del 14 al 18 de febrero se desarrollará en Zaragoza una nueva edición de FIMA, una herramienta comercial de primer orden para el sector, que ha despertado el interés de toda la industria mundial. La Feria, que ofrece la más amplia perspectiva a todos los profesionales, cuenta, en estos momentos, con más del 95 % de la superficie ya contratada por parte de las firmas más importantes del mundo. Todo hace pensar que el próximo mes de febrero, Feria de Zaragoza va a atraer nuevamente a miles y miles de visitantes en busca no sólo de la mejor tecnología, sino del punto de en-

cuentro, debate y reflexión de todo el sector primario. De hecho, FIMA siempre ha estado a la vanguardia de los servicios al sector, ofreciendo el marco más adecuado a cada momento de la agricultura. En la próxima edición van a cobrar un destacado protagonismo los jóvenes, ya que la Feria va a llevar a cabo una serie de acciones que quieren, no sólo reconocer el trabajo agrícola, sino estimular la incorporación de nuevas generaciones al campo. En esta línea se enmarca el 'Día del Joven Agricultor', que forma parte de la agenda de actividades del próximo certamen.

■ FERIA

Expo Agro Sinaloa centra su objetivo en la promoción y la investigación

Llega a México una nueva edición de Expo Agro Sinaloa, que tendrá lugar del 15 al 17 febrero de 2012. Uno de los principales objetivos de esta feria es intensificar y activar el diálogo entre profesionales en busca de la promoción de la discusión de temas de investigación y de experien-

cias propias de cada productor. Asimismo, en el marco de Expo Agro Sinaloa se lleva a cabo un programa integral de conferencias y cursos, con temas tan diversos como la tecnología, capacitación, apoyos para los productores y las principales tendencias en la agricultura.

■ FORO

En mayo, Agriteco, la feria agrícola del Mediterráneo

Agriteco 2012, la Feria de la Tecnología Agraria del Mediterráneo y Productos y Servicios para el Agricultor de Alicante, mostrará las últimas novedades e innovaciones del sector en todas sus vertientes, puesto que contará con la presencia de los mejores profesionales y



expertos del sector que mostrarán todos sus avances. Así, los próximos días 18 al 20 de mayo se darán cita sectores como maquinaria para explotaciones agrícolas, productoras de semillas, proveedores de insumos y tecnología, proveedores de productos fitosanitarios, etc.

■ CURSO

Uso de inputs en horticultura protegida

La Fundación Cajamar y el IFAPA organizan un curso de 'Especialización sobre uso eficiente de inputs en horticultura protegida', que se celebrará en las instalaciones de la Estación Experimental de Las Palmerillas y en IFAPA de La Mojonera del 7 al 9 de febrero de 2012. El contenido del curso incluye los desarrollos más relevantes

alcanzados en las áreas de trabajo abordadas en el proyecto: evaluación económica y ambiental del sistema invernadero; eficiencia en el uso de la energía; ciclos cerrados en el uso del agua, fertilizantes y sustratos; reducción en el uso de fitosanitarios e integración y evaluación de las distintas herramientas desarrolladas.

■ FERIA

Fruit Logistica, fuente de nuevas ideas e inspiración, del 8 a 10 de febrero



Del 8 al 10 de febrero recala en Berlín la feria líder mundial del comercio de fruta fresca, Fruit Logistica, una feria que está considerada como un lugar de encuentro para la industria, centro comercial y fuente de nuevas ideas e inspiración. Fruit Lo-

gistica presenta toda la cadena de suministro de frutas y verduras en un solo lugar. Asimismo proporciona una visión global del mercado, nuevos productos y tecnologías, además de innumerables oportunidades para contactos comerciales internacionales.

■ FERIA

Biofach 2012 acoge en Nuremberg a los profesionales del sector para dar a conocer nuevos alimentos

BioFach 2012 Nuremberg Alemania es la Feria Mundial de Comercio Orgánico y se distingue por su fuerza, internacionalidad y poder innovador y se celebrará del 15 al 18 de febrero de 2012 en el recinto ferial Exhibition Centre Nuremberg. Se trata de un evento que gira en tor-



no al mundo de la alimentación, los productos ecológicos y el comercio justo. Es un punto de encuentro para los profesionales del sector en el que se dan a conocer nuevos alimentos, nuevas tendencias o tecnologías alimentarias más respetuosas con el medio ambiente.

OPINION

El campo se calienta más, más...

El campo almeriense tiene más tempratura de lo normal a estas alturas de la campaña agrícola. Veinte grados en diciembre y 20 céntimos de euro por cada kilo del producto que ustedes quieran: pimiento, tomate, pepino, calabacín o berenjena. Los agricultores se sienten engañados, traicionados y sin salida.

Todos esperan a que el frío suba los precios y mientras tanto todos aguantan con cara de desesperación ante unas pizarras que da vergüenza ver.

El gran problema de los precios de este año no tiene nada que ver con lo vivido hasta el momento. Los desfases de precios padecidos por los productores siempre han sido cubiertos con créditos de las entidades bancarias que habitualmente trabajan en este sector. Con la banca hundida en Europa, me quieren decir ¿a qué banco hay que ir a pedir los que las cotizaciones no dan a los agricultores?

Los productores se están situando entre la espada y la pared y lo peor de todo es que no hay nadie que sea capaz de respaldarles.

En 2007 nos vendieron a todos que la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía era la salvación del campo, hoy en plena crisis no es nada. Las organizaciones agrarias más representativas de la provincia de Almería, ASAJA y COAG han abandonado HORTYFRUTA acusándola de inoperante, que lo es.

Ahora han puesto al frente de la Interprofesional a Francisco Góngora, un profesional reconocido por todos, un hombre de paz que intentará frenar la guerra de líderes que vive este campo desde hace muchos años y que la padecen de forma muy sangrante los agricultores. Góngora se enfrenta a un panorama difícil por la situación lamentable de los precios de las hortalizas y la necesidad de dinero que afecta a todo el sector. Con esta presión es muy complicado pedir colaboración y pararse a pensar. Góngora, ejecutivo del sector agrario de Cajamar, tiene a su favor que ha solucionado muchos problemas de financiación a casi todos

los que se van a sentar con él a la mesa de HORTYFRUTA. Tiene la suficiente experiencia como para saber qué hacer en el difícil reto que ha asumido.

El nuevo presidente quiere hacer útil HORTYFRUTA, para ello quiere meter en la organización a todas las partes, quiere empezar por ECOHAL, asociación que agrupa a la mayor parte de los alhondiguistas de Almería y Granada y a comercializadoras como Agroirris. Creo que también intentará que la producción vuelva con la incorporación de las dos organizaciones agrarias que abandonaron en noviembre.

FALTA DE CONFIANZA

En HORTYFRUTA falta confianza y por eso se ha convertido en una herramienta costosa e inútil. El que firma esta opinión ya dijo en su día que la forma de composición de la Interprofesional era una maniobra más de quien dirige COEXPHAL. El tiempo da y quita la razón. Está claro que la falta de confianza desde el principio ha convertido a esta asociación en nada.

Ya que se le ha vuelto a ver el plumero a los mismos de siempre y la situación que vivimos con los precios es la misma que la de hace 40 años, es hora de pedir responsabilidades y, como en todo proceso de mejora, es necesaria una selección. Los que han demostrado que valen que sigan y aporten todo lo que puedan y los que han demostrado la más absoluta inutilidad que dejen ya de molestar. Su ineficacia está costando mucho dinero al sector productor, que en el mismo tiempo sí ha demostrado capacidad para cambiar todo lo

■ José Antonio Gutiérrez Escobar

necesario para dar la calidad que los mercados han exigido, pero por incompetencia de la comercialización, no pagan.

MOVILIZACIONES

Las organizaciones agrarias quieren iniciar todo tipo de movilizaciones para cambiar las cotizaciones. Los agricultores no aguantan en sus invernaderos o delante de las pizarras. Estas mismas organizaciones agrarias acusan a la gran distribución de tener un pacto para conseguir las hortalizas a precios bajos mientras la climatología lo permita. ASAJA y COAG acusan directamente a la gran



distribución y es posible que sus acciones sean la escenificación del dedo acusador de los representantes de los agricultores.

Por último, me gustaría recordar que la única solución para poder subir las cotizaciones es que la organización local sea capaz de hacer con la oferta lo mismo que hace la climatología: regularla. Mientras esto no ocurra, viviremos 'otoños calientes' como este.

QUE DEN LA CARA LOS INÚTILES

Por otra parte, a esos que les molesta tanto mi opinión y califican de 'demagógica' que sean lo suficientemente valientes como para dar la cara en estos momentos a miles de agricultores que se arruinan y que reconozcan ya su incapacidad para estar al frente de las organizaciones que presiden o regentan. Al sector productor ya le digo que es a esos los que hay que reclamar las explicaciones necesarias en situaciones como ésta. Si se piden cuentas en momentos como éste no habrá tanto candidato inútil para sillones que en su momento tienen una importancia vital para defender, en un contexto general, los intereses de todos.

No obstante, como ha pasado en los últimos años, creo que nos vamos a quedar con las ganas de ver a los que acumulan cargos entonar el 'mea culpa' de lo mal hecho.

Por último, desear mucha suerte y ofrecer todo mi apoyo a Francisco Góngora al frente de HORTYFRUTA.



INVERSIONES EN ALMERÍA

Ocho mil agricultores de OPFHs recibieron más de 34 millones para Programas Operativos

■ R. Villegas

La ayuda financiera comunitaria de los Fondos Operativos, aprobados por la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, dejó entre las 40 Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas (OPFHs) almerienses que presentaron Programas Operativos en el pasado ejercicio de 2010 más de 34 millones de euros,

de los que, en total, se beneficiaron 8.000 agricultores. Esta cifra ha supuesto un incremento del 9% con respecto al año anterior.

Además, si se le suma a esta ayuda la aportación privada de las OPFHs para el desarrollo de los programas, el montante total de la inversión se eleva a casi 75 millones de euros, 15 millones más que en el ejercicio anterior. El delegado de Agricultura y Pesca de la Jun-

ta de Andalucía en la provincia de Almería, José Antonio Salinas, ha valorado muy positivamente el elevado número de inversiones realizadas por las OPFHs almerienses en actuaciones y objetivos medioambientales lo que, a su juicio, "demuestra el grado de concienciación y el compromiso cada vez mayor de los agricultores almerienses con la protección del medio ambiente".



■ Parte de la inversión tuvo fines medioambientales. / FHALMERÍA