

CRISIS DE PRECIOS

En enero, los precios ¿qué?

El campo está pendiente de nuevos pasos de la gran distribución



■ En las últimas semanas, los precios se han recuperado ligeramente. / FHALMERIA.

ACTUALIDAD

El sector valora el nombramiento de Arias Cañete

P. 6

El precio medio de los productos cayó un 7,7% la pasada campaña

P. 10

COMARCAS

En marcha el primer Consejo Municipal Agrario ejidense

P. 14

Crece la horticultura intensiva en el Bajo Andarax

P. 17

GANADERÍA

Cordero y cabrito almerienses duplican su precio

P. 36

ESPECIAL **Tomate de primavera** Págs. 19 a 28

ESPECIAL **El 2011 fue así...** Págs. 29 a 34



Actualidad

PARTICIPACIÓN COLECTIVA

Expo Agro apuesta en su XXVII edición por la unión del sector hortofrutícola

LA NUEVA EDICIÓN SE CELEBRARÁ DEL 18 AL 20 DE ABRIL DE 2012 Y GIRARÁ EN TORNO AL MODELO ALMERÍA Y LA SEGURIDAD ALIMENTARIA

■ Elena Sánchez

La nueva edición de Expo Agro Almería ya está comenzando a dar sus primeros pasos y, de hecho, ya tiene fecha: será del 18 al 20 de abril de 2012 en el Palacio de Exposiciones y Congresos de la Cámara de Comercio de Almería. En esta ocasión, la apuesta clara de la feria gira en torno a la internacionalización del 'Modelo Almería' y la Seguridad Alimentaria, una idea que "resume lo que ya comenzó a trabajarse el año pasado y cuya evolución desemboca en lo que quiere este año Expo Agro: convertirse en el punto de encuentro del sector agrícola con todos sus protagonistas y hacer ver que la unión de la agricultura almeriense es lo principal para seguir adelante entre todos", asegura el presidente del evento, Miguel López. Y es que, "para nosotros es fundamental que todos los actores del proceso, desde agricultores, hasta comercializadoras pasando por la industria auxiliar y de servicios, asociaciones,



■ Interior del Palacio de Exposiciones y Congresos de la Cámara de Comercio de Almería en la edición 2011 de Expo Agro. / FHALMERÍA

instituciones y todas las entidades que intervienen en el proceso agrícola se involucren en la feria".

Para esta nueva edición, la Cámara de Comercio ha realizado una apuesta importante con doble sen-

tido: por un lado, redoblando esfuerzos en cuanto a infraestructura y personal, nombrando a un director específico para el evento, Máximo Duarte Narváez. Por otro lado, el Comité Organizador ha acordado adaptarse a la situación económica y hacer el espacio de la exposición más asequible y acorde con la actual coyuntura. "Este hecho influirá de manera importante en el precio del metro cuadrado, como signo de que la organización quiere que todos los integrantes del sector agrícola y, por supuesto, las empresas, se sientan llamadas e invitada a participar en Expo Agro", indica Miguel López.

SEGURIDAD ALIMENTARIA

Este año se quiere hacer especial hincapié en la seguridad alimentaria, ya que ésta es una de las claves del 'Modelo Almería', tras años de concienzudo y eficaz trabajo de los profesionales del sector. Asimismo, el Comité Organizador de



■ Miembros del Comité Organizador de Expo Agro 2012. / FHALMERÍA

la feria ha resaltado de manera unánime el papel fundamental del agricultor en la Expo Agro. Para su presidente, "el año pasado ya se propuso que el agricultor volviera a ser un pilar de la feria, con iniciativas encaminadas a que éste se sintiera importante en ella. Este año continuamos en esta línea y esperamos

que el trabajo del Comité y de sus miembros dé sus frutos de una manera muy palpable". Igualmente, "consideramos que la vuelta de las grandes empresas del campo almeriense al evento es fundamental, porque de su mano conseguiremos que el agricultor se convenza de que Expo Agro es su casa".

APROBACIÓN UNÁNIME

Apoyo institucional de todas las entidades

■ E. S. G.

Uno de los puntos destacados por parte del Comité Organizador de la feria hortofrutícola Expo Agro es la aprobación unánime del apoyo institucional y práctico de todas las entidades que lo componen, desde la propia Cámara de Comercio hasta las asociaciones profesionales, las asociaciones empresariales (ECOHAL,

COEXPHAL O TECNOVA), instituciones como las consejerías de Agricultura e Innovación y entidades como PITA, IFAPA o la Agencia IDEA, además de la Universidad de Almería, cuyo representante ha insistido en aprovechar Expo Agro para convertir a Almería en el centro de la transferencia del conocimiento en cuanto al sector agrícola en toda Europa.

LUCHA

Las organizaciones agrarias buscaron el fin de la crisis de precios por separado

COAG Y UPA SALIERON A LA CALLE PARA EXIGIR CAMBIOS A LAS GRANDES CADENAS, MIENTRAS QUE ASAJA SE DECANTÓ POR LAS REUNIONES

Rafa Villegas

La profunda crisis de precios que ha vivido el campo desde principios de campaña hasta mediados de diciembre hizo que las tres organizaciones agrarias más representativas de la provincia tomaran, por separado, cartas en el asunto. COAG y UPA lo han hecho con actos de protesta en la calle, frente a las puertas de establecimientos de las grandes cadenas de distribución, mientras que ASAJA ha centrado sus esfuerzos en los despachos, manteniendo contactos con ECOHAL y COEXPHAL, así como reuniéndose con agricultores para proponerles que no se abastezca a los supermercados que no paguen un precio digno.

La primera acción corrió a cargo de COAG a finales de noviembre. A las puertas del Carrefour de la capital anunciaron un paro agrario, que tuvo lugar el 3 de diciembre, así como movilizaciones frente a las puertas de los principales 'super' de las cadenas de distribución, muy especialmente las alemanas.

COAG-Almería anunció que repetiría esta acción cada sábado has-



■ UPA tiró 60.000 kilos de producto ante los supermercados. /FHALMERÍA

ta que los precios de las hortalizas subieran. Lo cumplió, durante dos sábados, el 3 y el 10 de diciembre consiguieron hacer llegar su mensaje de enfado a las cadenas de distribución a las que, como asegura su secretario provincial, Andrés Góngora, acusan "de pactar los precios entre ellas", lo que habría dado lugar a la crisis.

Góngora se encargó, además, personalmente de llevarle una carta a cada uno de los responsables loca-

les de estos supermercados donde figuraban todas y cada una de las reclamaciones del campo almeriense.

Por otra parte, UPA también decidió plantarse frente a las puertas de las grandes superficies foráneas en protesta por los bajos precios. En concreto, la Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos, que en Almería lidera Francisca Iglesias, tiró, en dos días de protesta, más de 60.000 kilogramos de productos.

El supermercado Lidl de la Avenida Mediterráneo de la capital almeriense no se libró de esta acción. La organización agraria realizó esta tirada de producto para demostrar que "la realidad es que el agricultor está teniendo que tirar su producto para que los precios de venta cubran los costes de producción". Las grandes distribuidoras son, para UPA, responsables de las crisis cíclicas de precios.

ASAJA solicita a los agricultores que exijan que sus comercializadoras no vendan por debajo de sus costes

ASAJA ha puesto en marcha la campaña 'Si sabes lo que te cuesta, ¿por qué no decides a cuánto vendes?'. Con ella, la organización agraria ha reclamado que el comercio "evite poner en el mer-

cado producto a resueltas y patee por el precio de sus productos".

ASAJA propone a todos los agricultores que incidan en sus lugares de venta de producto para

que "no se abastezca a las plataformas comerciales que no dejan un precio digno para el agricultor, y que reivindiquen su precio en función de los costes individuales de cada explotación".

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.

¡SOLUCIÓN ABSOLUTA!



Hasta...

...Hoy



TRICHO control

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.

(Trichogramma achaeae)



Más información en: **950 558 220** www.agrobio.es

DIFICULTADES

La subida de precios relaja la lucha de los agricultores por una cotización justa

LAS ORGANIZACIONES AGRARIAS RECUERDAN QUE LAS CRISIS SE DEBEN A PROBLEMAS QUE SON ESTRUCTURALES Y HAY QUE SOLVENTAR

■ Rafa Villegas

Nunca antes en la historia de la agricultura intensiva almeriense, que suma ya más de tres décadas, se había producido una crisis de precios que afectara a todos y cada uno de los productos durante tanto tiempo, concretamente tres meses. Esta situación, sin embargo, no ha hecho que los productores salgan en masa a la calle para luchar por sus derechos.

El secretario provincial de COAG, Andrés Góngora, de una de las dos organizaciones agrarias que sí han convocado al campo y han realizado acciones, ha asegurado que, si bien les hubiera gustado contar con más gente aún movilizándose, “estamos seguros de que todos queremos y luchamos por lo mismo, el final de esta situación reiterada de bajas cotizaciones campaña tras campaña, eso sí, cada uno intentamos conseguir el objetivo final de diferente forma”.

El problema radica en que siempre existen las mismas variables, que no cambian campaña tras campaña, y no permiten que los productores reciban un precio digno por sus frutas y hortalizas. La cada vez mayor entrada, sin respeto alguno de los contingentes de importación que impone, pero no controla que se cumplan, la Comisión Europea, de productos hortofrutícolas marroquíes; la falta de defensa real y eficaz del sector por parte del anterior Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM); así como la climatología son sólo algunos de ellos.

No obstante, tanto para los agricultores que representa COAG-Almería como para los que representa UPA en la provincia, el principal obstáculo que impide



■ El pimiento California amarillo ha sido el producto más perjudicado por la crisis de precios. / FHALMERÍA



■ La entrada de tomate marroquí hunde el precio en Almería.

que los productores reciban un precio digno por sus productos lo ponen las cadenas de distribución. Así, tanto una organización agraria como la otra se han concentrado por separado varios días a las puertas de diferentes supermercados de estas cadenas, muy especialmente de las alemanas, para tirar productos hortícolas al suelo y hacerles ver a los clientes que compran en esos establecimientos cuál es su política comercial.

Lo que es imprescindible es que, ahora que han subido un poco las cotizaciones de las hortalizas en la recta final del mes de

diciembre, los agricultores no olviden que existe un problema estructural que hay que subsanar y que, para lograrlo, es necesario luchar siempre. Hay que hacerlo tanto en los momentos malos, que son la mayoría, como en los menos malos.

Para Andrés Góngora, no cabe duda de que “existe un pacto encubierto entre las grandes cadenas de distribución para fijar los precios. Fijan los precios de las hortalizas a niveles muy bajos y lo utilizan como reclamo para que el consumidor acuda a comprar a sus establecimientos”.

El secretario provincial de

Edita: CIA, S.L.

Director: José Antonio Gutiérrez Escobar.
 Coordinación general: Verónica Bono Casas. 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

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.

OTROS TIEMPOS

COAG considera, del mismo modo, que “es imprescindible que cambie la política de la Comisión Europea. No puede seguir apretando con leyes y normas que no garantizan lo esencial, que son unos precios dignos para el agricultor”. Góngora no ha dudado en afirmar que “el campo lo que quiere es también una reforma de la PAC beneficiosa, la aplicación de mecanismos de regulación del mercado y que la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía valga para algo”. Y es que, respecto a esto último, ha afirmado que “visto las crisis de rentabilidad, que lejos de disminuir no dejan de aumentar cada campaña, se demuestra la poca utilidad que al respecto ha tenido HORTYFRUTA”.

Por otra parte, hay otra postura que es la de la organización agraria ASAJA, que acusa directamente a la comercialización en origen de las crisis de precios. Según ha asegurado su presidente en la provincia de Almería, Francisco Vargas, “los agricultores tienen muy claro que sí puede llegar a ser necesario tomar la calle pero contra nuestras propias empresas comercializadoras, que son las que tienen el contacto con la gran distribución”. Vargas ha recordado que “cuando hay exigencias respecto a materias activas son las comercializadoras las que lo trasladan al agricultor, por lo que para reivindicar mejores precios a las grandes cadenas de distribución es necesario hacerlo primero a nuestra empresa, que es la que acepta vender a esos bajos precios”.

ACUERDOS

El presidente de la organización agraria ASAJA-Almería se ha

mostrado esperanzado ya que, por lo menos, como ha afirmado, “ECOHAL sí se ha comprometido a negociar con cada uno de sus agricultores contratos individuales para que, según sus costes de producción, tengan unos precios dignos”. Por el contrario, el presidente de ASAJA-Almería ha explicado que “COEXPHAL, sin embargo, han adelantado que no les parece mal que cada agricultor vaya a hablar con los comerciales de sus empresas asociadas para exigirles que sus productos no se vendan a unos precios demasiado bajos, pero han denegado la posibilidad de, como sí va a hacer ECOHAL, ejercer de intermediarios”.

Un agricultor de La Mojoneira, José Pérez, comparte la visión de ASAJA-Almería y ha asegurado que “lo que habría que hacer, una vez que los comerciales no aceptaran vender a precios bajos los productos hortofrutícolas locales, es, cuando se viera que éstos están disminuyendo, unirse y retirar, por ejemplo, las segundas categorías y el porcentaje de producto que haga falta para propiciar que



■ COAG culpa a cadenas de distribución como Lidl de pactar precios irrisorios para el agricultor. / FHALMERÍA

las cotizaciones vuelvan a subir”. José Pérez ha ido más allá aún y ha explicado que “si no se consigue que esto funcione de esa manera, negándose los comerciales a vender las frutas y hortalizas a precios irrisorios, a los

productores nos queda otra opción, un último cartucho que se puede utilizar. Se trata de llegar, incluso, a negarnos a vender nuestros productos por debajo de los costes de producción de cada uno, no se trata de fijar un pre-

cio mínimo para todos, sino de ofrecer nuestros productos hortofrutícolas a un precio que, a cada uno de nosotros, nos garantice que vamos a obtener, cuanto menos, un mínimo beneficio para poder vivir”.

La Comisión Nacional de la Competencia multa al sector

Lejos de ir en contra de prácticas tan despreciables como el ‘dumping comercial’, que es la venta de productos a precios por debajo de los costes de producción, muy extendida por la distribución, la Comisión Nacional de la Competencia (CNC) ha impuesto una abultada multa a ASAJA-Almería, COAG-Almería y la Asocia-

ción de Comercializadores Alhondiguistas de Frutas y Hortalizas de la Comunidad Autónoma de Andalucía (ALHÓNDIGAS) por llegar a “un acuerdo para establecer precios mínimos de pimiento California, Lamuyo e Italiano, calabacín, pepino, berenjena y tomate” el día 6 de diciembre del año 2009.



■ Manifestación en 2009.

Por ello, la Comisión Nacional de la Competencia ha acordado sancionar a las organizaciones agrarias ASAJA-Almería y COAG-Almería con una multa de 25.570 y 29.662 euros, respectivamente. La multa más cuantiosa, sin embargo, es para ALHÓNDIGAS, concretamente de 183.214 euros.

Con esta acción, la CNC castiga a la parte débil, a la producción y comercialización, dejando impune, una vez más, a las grandes cadenas de distribución.

Nijar
cultiva confianza

Ayuntamiento de Nijar
Concejalía de Agricultura y Medio Ambiente

www.nijar.es

EL RENACER DE UN MINISTERIO

El sector valora la experiencia de Arias Cañete como ministro de Agricultura

EL POLÍTICO POPULAR YA OSTENTÓ ESTA CARTERA ENTRE LOS AÑOS 2000 Y 2004, CUANDO TUVO QUE NEGOCIAR LA POLÍTICA AGRARIA COMÚN (PAC)

■ Rafa Villegas

El presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, ha cumplido su promesa electoral y ha restablecido el Ministerio de Agricultura. A su cabeza ha puesto a Miguel Arias Cañete, quien ya ocupara esta cartera entre los años 2000 y 2004 con José María Aznar. El sector agrícola ha acogido con esperanza su nombramiento. Y es que lo que está claro es que controla el tema.

La Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas (FEPEX) ha asegurado que Arias Cañete “es un valor sólido para resolver la crisis en el ámbito agrario, y especialmente en el sector de frutas y hortalizas, por su experiencia y conocimiento de la política agraria y comunitaria, así como del funcionamiento de las instituciones europeas. Desde la Federación Andaluza de Empresas Cooperativas Agrarias (FAECA) también valoran “su conocimiento y ex-



■ La ya ex ministra Rosa Aguilar entrega la cartera de Agricultura a Miguel Arias Cañete.

periencia en las instituciones europeas, lo que le convierte en un activo importante de cara a las negociaciones de la reforma de la PAC hasta su aprobación, siendo éste uno de los principales retos que tendrá que acometer”. Además, consideran imprescindible que “adopte políticas urgentes de reequilibrio de la cadena agroalimentaria, reforzando la concentración de la oferta y la integración de los productores”. FAECA considera, asimismo, que son

necesarias “excepciones en las normas de competencia para poder adoptar medidas en momentos de crisis, así como que se mejoren los acuerdos comerciales con Marruecos”.

La Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA), por su parte, ha asegurado que va a solicitar, cuanto antes, una reunión con el ministro para transmitirle su “disposición para trabajar con el nuevo equipo ministe-

rial y acometer cuanto antes soluciones a los problemas que actualmente padece el sector hortofrutícola andaluz”. Desde HORTYFRUTA valoran su “experiencia y conocimiento en la política agraria y comunitaria” y le pedirán “medidas, como una Ley de Calidad, así como el establecimiento de contratos tipo para las frutas y hortalizas y que se actúe contra las prácticas abusivas de la distribución agroalimentaria, que están arruinando a los

productores de frutas y hortalizas”. También, le pedirán que “no apoye el nuevo acuerdo con Marruecos y denuncie en Bruselas los reiterados incumplimientos del país aluita del Acuerdo en vigor y cuyas consecuencias están cuantificadas en pérdidas de empleo y caída de precios para el tomate español”.

COAG Y UPA

Desde las organizaciones agrarias COAG y UPA ya le han puesto deberes al nuevo ministro. Así, desde UPA aseguran que Arias Cañete “tendrá que dirigir las negociaciones en Bruselas sobre la reforma de la PAC, que en este momento entran en una fase decisiva”. El secretario general de la organización, Lorenzo Ramos, ha asegurado que “entre todos tenemos que conseguir que la PAC sea beneficiosa para los verdaderos profesionales del campo europeo, los pequeños y medianos agricultores y ganaderos, que son los que verdaderamente desempeñan una actividad productiva y no especulativa”.

Desde COAG le instan a crear una Ley de mejora de la Cadena Agroalimentaria, donde pierdan poder decisivo en la fijación de precios las cadenas de distribución. También le instan a mitigar el impacto de la subida de los costes de producción a través de medidas fiscales, a mantener la edad de jubilación de los agricultores en los 65 años, a reformar la PAC pensando más en el agricultor nacional y a rechazar, de pleno, el cultivo de las variedades transgénicas en España.

ANUNCIAN MOVILIZACIONES A PARTIR DE ENERO

Los agricultores de frutas y hortalizas pierden 133 millones en sólo tres meses, según COAG

■ I. F. G.

La Coordinadora de Agricultores y Ganaderos (COAG) en Andalucía denunció a finales del mes de diciembre que, en poco más de tres meses, el sector hortofrutícola andaluz ha perdido más de 133 millones de euros. Así lo recoge un estudio realizado por la organización agraria, que viene a corroborar la situación “insostenible” a la que se enfrenta la agricultura andaluza. En este sentido, Miguel López, secretario general de COAG, recordó que “el sector de las frutas y hortalizas mueve 5.300 millones, de los que 2.700 corresponden a exportaciones, y genera más de 350.000 empleos”. Estas cifras lo convierten, a su juicio, en “la mayor fábrica de Andalucía” y, por ello,



■ Miguel López y Andrés Góngora, en rueda de prensa. / FHALMERÍA

“no podemos permitir que esta producción se venda sin precio debido a las prácticas especulativas de las grandes cadenas”.

De esas prácticas especulativas habló, en rueda de prensa, Andrés Góngora, responsable nacional de Frutas y Hortalizas de COAG, quien

señaló el uso del ‘contrato de abastecimiento’, “un documento que se firma por un período de ocho o nueve meses y por el que el productor asume la obligación de abastecer de determinado producto, pero sin establecer a qué precio”. De este modo, lamentó Góngora, “no se puede trabajar”.

Por todo ello, desde la organización agraria anunciaron movilizaciones a partir del mes de enero. Entonces, COAG prevé poner en marcha una campaña reivindicativa que abordará dos vertientes: por un lado, protestas directas hacia los abusos que cometen las cadenas de distribución, sobre todo las alemanas, como ALDI o LIDL y, por otro, la concienciación de cara al consumidor, también perjudicado por esta situación.

Por otro lado, Góngora criticó la decisión adoptada por la Comisión Nacional de la Competencia (CNC) de sancionar a las organizaciones agrarias en Almería, entre ellas a COAG, por, según recoge la sentencia, “fijar precios mínimos en diciembre de 2009 para pimiento California, lamuyo e italiano, calabacín, berenjena y tomate”. En este sentido, el responsable de Frutas y Hortalizas de COAG lamentó que “si en una situación como la actual una organización agraria no puede hablar de crisis de precios, ¿a qué nos vamos a dedicar?”. Asimismo, añadió que, en cualquier caso, “si la CNC con sus sanciones pretende ponernos una mordaza, no lo van a conseguir”.

Por último, desde COAG reivindicaron que el apoyo al sector agrario debe ser una “cuestión de Estado” y, por ello, afirmaron que el recién recuperado Ministerio de Agricultura tiene tareas por delante, entre ellas, y por poner sólo un ejemplo, “cambiar las normas de competencia”.

EN BREVE

**PEPINO
SUBE**

El pepino es una de las hortalizas que más ha mejorado su precio en el último mes. De hecho, el más destacado es el negro corto que tiene un primer corte de 95 céntimos y cierra las pizarras a unos 85 céntimos el kilo. También ha aumentado su valor el pepino Almería, aunque algo menos, ya que su último corte en las subastas está rondando los 30 céntimos de euro.

**CALABACÍN
BAJA**

Este producto es uno de los pocos que sigue teniendo precios bajos y no ha logrado recuperar su valor en las últimas semanas. De hecho, el convencional no supera los 25 céntimos de euro el kilo, mientras que, por su parte, el calabacín gordo mantiene su precio con respecto al mes anterior, 20 céntimos el kilo.



■ Calabacines. / FHALMERIA

**BERENJENA
SUBE**

Mejor situación es la que está mostrando la berenjena en estos días. La larga sigue subiendo de precio y refleja, como último corte, valores superiores a los 60 céntimos el kilo; mientras que la berenjena rayada está logrando llegar a los 80 céntimos de euro.

**JUDÍA
SUBE**

Disparidad de precios en las diferentes variedades de la judía. De hecho, la que mejor está es la stryke que supera los tres euros en las pizarras, seguida de la perona roja, un producto que se mantiene entre los 2,50 euros el kilo. La peor situada es la perona larga que en estos días cierra las subastas a 1,10 euros.

**PIMIENTO
SUBE**

Buen momento para el pimiento en todas sus variedades. Los California están cotizando a precios superiores a los 70 céntimos, mientras que los italianos también están en racha estos días, sobre todo el verde que supera los 90 céntimos de euro. Por su parte, los lamuyos, tanto rojo como verde, se mantienen en 0,65 euros.

MEJORES PRECIOS

Las fechas navideñas dan un respiro a los productos almerienses

■ Elena Sánchez

La Navidad y estas fechas de fiesta parece que están dando algo de respiro a los productos almerienses en cuanto a precio se refiere, ya que el incremento de la demanda de

hortalizas ha permitido que las pizarras de la provincia almeriense muestren mejores registros.

De hecho, los productos que más están notando esta época es el pimiento, el pepino y la berenjena que han visto incrementada su exportación.

Es más, la variedad más destacada actualmente es el pimiento amarillo que está comenzando las pizarras a unos 90 céntimos de euros y las está cerrando con precios que rozan los 80 céntimos de euro el kilo.



■ El pimiento amarillo está cotizando a buenos precios. / FHALMERIA

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 nuestro campo a los más exigentes clientes europeos. Las hortalizas son vida y tenemos muchas.

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

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

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

CRISIS DE PRECIOS

“El problema es que el agricultor no pone el precio y, al final, le queda una miseria”

ANIMAN AL PRODUCTOR A TOMAR PARTE EN LA FORMACIÓN DE PRECIOS Y MARCAR DIRECTRICES A LOS “LIMPIADORES DE ALMACENES”

Isabel Fernández

-A diferencia de lo ocurrido en otras ocasiones, ASAJA-Almería ha optado por iniciar una campaña informativa dirigida al agricultor para animarlo a participar más en la venta de su producto. ¿Por qué toma ASAJA esa decisión, cuando otras organizaciones agrarias han pasado, directamente, a la acción en las calles?

-La situación actual es muy complicada y el tema de los precios lo vemos ya como algo estructural y no coyuntural; por eso, creemos que esta situación no se puede resolver saliendo un día a pasearnos por la calle en Almería o haciendo un acto determinado de protesta, sino que requiere una solución importante y de calado. En este sentido, ASAJA, ya desde septiembre, empezó dentro de la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía a concienciar de que la campaña se presentaba dura y de que el agricultor no podría soportarlo, que necesitábamos mecanismos y, de hecho, quisimos que se pusiera en marcha el Decreto de Calidad para retirar segundas categorías, pero no fue aceptado. Entonces, vimos que desde la Interprofesional no se podía tomar ninguna decisión que pudiera venir a mejorar la rentabilidad del agricultor, por lo menos a corto plazo. Por otro lado, si seguíamos allí, estábamos muy limitados para poder hacer y tomar decisiones que vinieran a mejorar la rentabilidad del agricultor. Por eso nos salimos, junto con COAG. A partir de ahí, los análisis que hacemos del problema son muy parecidos, sin embargo, las soluciones no lo son tanto.

-¿Y por qué esas diferentes soluciones?

-Es verdad que necesitábamos de acciones inmediatas, pero también es verdad que necesitamos de soluciones que permanezcan en el tiempo para no confundir a los agricultores y para darles seguridad. Es por eso que, cuando hablamos de las posibles movilizaciones en origen, nosotros entendemos que no es la solución y decidimos irnos al



FRANCISCO VARGAS
PRESIDENTE DE ASAJA-ALMERÍA

centro del problema.

-¿Y cuál es?

-Para nosotros, el centro del problema es que el agricultor no pone precio, que el agricultor entrega su producto, tanto a los almacenes con venta a destino como a las subastas, y que los unos venden en destino, las otras venden en origen, pero hay otras personas, que son los intermediarios o plataformas comerciales, que son los que están poniendo el precio y, al final, al agricultor le queda una miseria. Nosotros entendemos que esto no puede ser así, porque de seguir así va a suponer que no podamos plantar y que muchos no podamos, ni siquiera, acabar la campaña.

-De ahí que decidieran poner en marcha la campaña informativa.

-Efectivamente. Por eso decidimos iniciar una campaña de concienciación al agricultor, para que, tanto si es de subasta, esté presente en la subasta y, cuando el precio al que puede venderse su producto no sea rentable, pulse para que no se venda, y que los que son de SAT o

cooperativas con venta a destino que hagan asambleas y les digan a sus comerciales cuáles son los precios a los que están autorizados a vender y a qué precios no lo están. Por supuesto, no estamos hablando de precios mínimos ni estamos hablando de precios pactados; estamos hablando de que cada empresa tenga su propio criterio de precios en función de los criterios que sus agricultores les indiquen y que, con ello, el agricultor sea consciente de que cuando vende caro, le queda más, cuando vende barato, a cómo está vendiendo y, cuando no le interesa, pueda retirar.

-Pero, ¿qué pasaría con ese producto retirado?

-Pues, ese producto, si se retira, que vaya a industria o a IV o V gama, pero con sus certificados correspondientes; es decir, que no se pueda ver desvío de un producto que, en principio, se ha vendido a un precio menor para que vaya a industria o IV o V gama y, al final, aparezca en fresco, como ya hemos de-

nunciado, en los lineales y como producto de primera. A la vez, hay que desarrollar una industria agroalimentaria en torno a nuestra agricultura capaz de dar salida al producto que no sea rentable vender en fresco.

-De momento, ¿cuáles han sido las reacciones a esta campaña?

-Pues, la verdad es que, cuando les vas explicando a los agricultores que Almería, desde noviembre a marzo, tiene, prácticamente, el 90% de todo el producto que se consume en Europa de todos los cultivos que tenemos y que el agricultor no es capaz de poner precio, sino que se lo ponen, esa música empieza a gustarles. Y cuando, además, les dices que hay que hacer un contrato con la empresa donde entregan el producto y que ya hay algunas empresas que están empezando a funcionar así y que no pagan producto por debajo del precio que se ha firmado en ese contrato, pues les interesa bastante. Además, también les interesa mucho sentirse integrados dentro de su empresa a la

hora de formar precios. La única duda que les queda es si seremos capaces de conseguir el consenso importante de agricultores para poder hacer el cambio y nos piden que vayamos a hablar con sus empresas.

-Los agricultores, desde luego, han acogido bien la idea pero, ¿qué pasa con la comercialización?

-Nosotros hablaremos con agricultores y si ellos deciden llevarlo a cabo y mandar en sus empresas, son los que tienen que hacerlo. En el caso de sociedades anónimas o SAT también tendremos que hablar con la empresa y, por ejemplo, ya tenemos a nivel de asociación un compromiso de ECOHAL de que ellos, individualmente, están dispuestos a hacerlo con cada uno de los agricultores que le llevan producto a sus subastas, siempre de forma individual y siempre sin pactar precio entre agricultores.

-Decía al principio que el problema de precios no es, ni mucho menos, coyuntural, sino que es un problema estructural. ¿Se han tomado las decisiones necesarias para que esto no sea así o es que, realmente, hay alguna parte del sector al que le interesa esta situación?

-Lógicamente, hay varios a los que le conviene. El primero es el intermediario, que compra y vende producto y que, cuanto más barato compre, más caro puede vender. En segundo lugar, le conviene a la propia plataforma comercial a la que sirve el intermediario, y ésa ha cogido un poder muy fuerte. Nuestras empresas de comercialización, por su parte, que deberían ser intermediarias, en la mayoría de los casos no lo son, sino que son víctimas del problema, al igual que el agricultor, pero además con un miedo, que más que miedo es pánico, a que el intermediario pueda dejar de pedirle sus servicios. Ante esta situación, aquí lo tenemos mal todos.

-Luego, ¿ha ganado alguien?

-El intermediario, lógicamente. Nosotros en Almería, sin embargo, tenemos meros limpiadores de almacenes que lo único que hacen es ganarse la confianza de ese intermediario para que les compre por encima de otros y, así, limpiar su almacén.

-Pero, ¿y el precio?

-Eso es lo de menos, ellos limpian almacenes. Esta situación es la que no se puede dar, sino que tendremos que plantearnos qué capacidad tiene el mercado europeo, que es nuestro principal cliente, de consumo y durante qué meses y qué capacidad de producción tenemos nosotros y durante qué meses y tendremos que hacer una verdadera planificación en origen para abastecer ese mercado en los meses en

CRISIS DE PRECIOS

“HORTYFRUTA no puede ser el lobby que represente a la agricultura andaluza”

“Dependiendo de qué personas vayan a las reuniones de HORTYFRUTA, es más fácil llegar a acuerdos”, lamenta Vargas, que critica, además, que “la producción nunca ha podido entrar en temas de comercio”.

-¿Cree que los últimos cambios en el seno de la Interprofesional, con la llegada de un nuevo presidente, pueden suponer un punto de inflexión en su devenir?

-Hay dos partes diferenciadas dentro de HORTYFRUTA: una es la parte interna, que indudablemente pienso que el actual presidente intentará equilibrar y valoro su capacidad para poder hacerlo, y otra cosa es qué puede hacer HORTYFRUTA en materia de rentabilidad al agri-

cultor a corto y medio plazo. A esta pregunta, nosotros no le hemos encontrado respuesta dentro de HORTYFRUTA y si hubiésemos visto que se hubiera resuelto con el cambio presidente, no nos hubiésemos ido.

-HORTYFRUTA nació como la mejor solución a los males del campo y, de momento, no ha sido así. ¿Qué ha pasado?

-Hay que tener en cuenta que en HORTYFRUTA hay dos colegios, el de producción y el de comercialización y, si son dos, es porque se supone que están encontrados. Si entrase la distribución andaluza, sería un tercer colegio, con lo cual serían tres encontrados. Es verdad que, ante esta situación, alguna cosa en común se puede encontrar,

pero pocas. Luego, decir que HORTYFRUTA va a ser el lobby que represente a la agricultura de Andalucía, hasta ahora no lo ha sido; ¿que puede serlo? A lo mejor para uno de los colegios, pero para el otro puede que no.

-¿Considera que, con el tiempo, puede llegar a ser una herramienta útil?

-Dependerá de si la Administración deja de tenerla como juguete y escudo para quitarse las tormentas y la toma como una herramienta profesional para gestionar y representar a un sector y dependerá también de si sus integrantes tienen la generosidad suficiente como para trabajar en beneficio de un sector y no por el beneficio propio.

que tengamos que abastecerlo. El resto de explotaciones, si es que sobran, las tendremos que dedicar a otros productos que pudieran tener un nicho de mercado y una rentabilidad o tendremos que destinar parte de la producción, pero a sabiendas y en momentos puntuales, a industria o IV y V gama, pero que el agricultor participe de esa industria y de esa IV y V gama.

-La Unión Europea (UE), para el sector de la leche, ya ha puesto en marcha los denominados contratos tipo. ¿Estos mismos contratos tendrían utilidad en el sector de las frutas y hortalizas?

-Estos contratos se pueden hacer a través de dos vías: o bien a través de las organizaciones de productores o bien a través de las interprofesionales. Nosotros consideramos que el agricultor individual también debería entrar aquí; por eso, decimos que iniciaremos movilizaciones, porque tendremos que convencer a la Administración de que esos contratos deben estar amparados por la propia Administración, y que haya una única vía. Por supuesto, todos los contratos no van

a decir el mismo precio, porque cada uno debe ir en función de los costes de explotación de cada agricultor y, si alguien piensa que, al final, siempre se comprará el producto más barato, hay que decirle que esto no va a ser así, sino que todo dependerá de qué producto sea mejor.

-Decía que ya han conseguido el compromiso de ECOHAL para, de forma individual con sus agricultores, hablar de esos contratos. ¿También han obtenido una respuesta de COEXPHAL?

-Nosotros les hemos dicho a las empresas de ECOHAL que creemos que no se debe vender por debajo del precio que el agricultor quiera y ellos nos han dicho que están de acuerdo y que estarían dispuestos a hacer contratos individuales para la próxima campaña. En cuanto a COEXPHAL, también nos manifiestan que están de acuerdo en que el agricultor debe poner el precio, pero que cada uno lo tiene que hacer en su empresa; por eso nos hemos ido a hablar con los agricultores y que cada uno los ponga en su empresa.

DIETA MEDITERRÁNEA



Les presentamos nuestra nueva Línea Profesional de Pimientos Asados al Horno en formatos exclusivos para Foodservice.

Todo el sabor tradicional de nuestro campo, preparado para degustarse en las mejores cocinas.



Producido, Elaborado y Envasado por / Produced, Processed and packed by:

Costa de Almería
INDUSTRIAS ALMERIENSES

hcostadealmeria@hcostadealmeria.es
 www.hcostadealmeria.es

Plaza Huerta de Europa, 1 - Apartado de correos 446
 04740 Roquetas de Mar - Almería - España
 Tels. +34 950 60 30 03 - Fax +34 950 60 30 04
 Info@qdelicias.com
 www.qdelicias.com
 R.G.S.: 21.0001194/AL
 R.I.A.: 04/40.610



LÍNEA PROFESIONAL

LISTO PARA CONSUMIR
(frío o caliente)



BALANCE FUNDACIÓN CAJAMAR

La campaña 2010/2011 registró un descenso del precio medio del 7,7%

EL ANÁLISIS DE CAMPAÑA HORTOFRUTÍCOLA DE ALMERÍA TAMBIÉN DESVELA QUE EL VALOR DE LA PRODUCCIÓN BAJÓ UN 6,8 POR CIENTO

■ Rafa Villegas

El Instituto de Estudios de la Fundación Cajamar ya ha presentado su 'Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería' relativo al pasado ejercicio agrícola 2010-2011. Lo cierto es que, como aspecto negativo, cabe destacar que respecto al 2009-2010 se ha producido una disminución del valor de la producción de un 6,8 por ciento y del 7,7 el precio medio; además de que los precios reales están ya a la mitad de los que se obtenían en el año 1975. Lo más positivo fue, por el contrario, que las exportaciones fuera de las fronteras nacionales, que representaron el 63,2 por ciento del total, aumentaron un 8,4 por ciento en el mismo período comparativo en toneladas, así como un 4,4 por ciento en valor.

El jefe del Servicio de Estudios de la Fundación Cajamar, David Uclés, fue el encargado de presentar la publicación y destacó cómo la pasada campaña se recordará siempre por ser "el año de la 'E. coli'". Del mismo modo, explicó que hay varios factores que preocuparon, y preocupan, especialmente al sector, como son "la mayor liberalización de los intercam-



■ El año pasado fue más desastroso para el calabacín, que perdió un 42% respecto a 2009/2010. / FHALMERIA

bios agrarios, los niveles de protección y los acuerdos con terceros países, muy especialmente con los de la otra orilla del Mediterráneo y Latinoamérica".

Uclés también ha lamentado cómo, respecto a la media de los últimos diez años, "el precio y el valor de los productos fue un 7,5 por ciento menor y un 4,9 por ciento menor, respectivamente".

Por productos, sólo mejoraron los precios de sandía, judía verde, pimiento y lechuga. Cayeron todos los demás, si bien fue más desas-

troso el año para el calabacín, que perdió un 42,4 por ciento respecto a la campaña anterior, así como el tomate (-24,2 por ciento).

Lo bueno es que el sector consiguió en la pasada campaña reforzar su posición competitiva en pimiento, berenjena, pepino, lechuga y sandía. Además, Uclés ha señalado que "en calabacín aún somos líderes destacados, aunque crecen rápido Holanda y Marruecos. Algo similar sucede con el melón, en el que hemos vuelto a recuperar el liderazgo en pugna con Brasil y

donde los países de Centro América ganan posiciones muy deprisa". Ha añadido también que "la judía es el producto en el que se siguen perdiendo posiciones a favor de países con menores costes de mano de obra", así como que "en tomate, España y Holanda vamos a la par, aunque Francia y Marruecos siguen avanzando cada año.

En éste último, además, el Reino alauita ha logrado mejorar sus cotizaciones medias de forma importante, ya que el valor de sus ventas creció un 15 por ciento por solo un

5,8 por ciento de toneladas". En positivo, por el contrario, la publicación señala la poca incidencia de plagas y el buen clima, que propició un incremento de la producción de un 1 por ciento, hasta los 2,8 millones de euros.

Respecto al presente, David Uclés ha alertado de que el hecho de que no haya llegado el frío aún, o al menos cuando debiera, puede complicar la campaña actual, la 2011-2012. Y es que, el primer trimestre ha sido negro para todas y cada uno de los productos hortofrutícolas.

ALEMANIA

Según los datos analizados en el 'Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería' que ha realizado el Servicio de Estudios de la Fundación Cajamar, las exportaciones de productos hortofrutícolas almerienses a la Unión Europea de 15 países aumentaron en la campaña 2010-2011 un 8 por ciento con respecto a la anterior.

El principal país importador de hortalizas y frutas de la provincia, Alemania, compró un total de 502.203 toneladas la pasada campaña, un 12,2 por ciento más que en la 2009-2010. El resto del Top-5 lo forman, en orden decreciente, Francia, Holanda, Reino Unido e Italia.

El aumento de las exportaciones a Francia fue más contenido que las que tenían destino a Alemania, y se quedó en un 3,3 por ciento positivo, al pasar de las 283.729 de la campaña 2009-2010 a las 293.085 de la sucesiva. Con 222.974, Holanda incrementó la compra de productos hortofrutícolas de Almería en un 8,7 por ciento, mientras que los aumentos de Reino Unido e Italia fueron del 2 y el 24 por ciento, respectivamente.

MALA GESTIÓN

El sector agrícola almeriense se hace la competencia a sí mismo

■ Elena Sánchez

Uno de los principales problemas que tiene el sector agrícola almeriense es que muchos de los productores y comercializadores de la provincia son los que se hacen la competencia a sí mismos. Y es que, según Andrés Góngora, secretario provincial de COAG, "hay un gran número de agricultores que se han ido a producir a Marruecos y, aunque la mayoría ha vuelto a Almería, el mal ya está hecho, puesto que las fincas se las han dejado allí y se

sigue trabajando". Sin embargo, no sólo los productores están haciendo la competencia a sí mismos, sino que también "hay comercializadores que compran allí y luego venden el producto como si fuera almeriense y eso es algo que hay que denunciar continuamente".

Los productos que salen más perjudicados de estas actuaciones son el calabacín, la judía verde y el tomate, ya que "el volumen de producción más alto está en Marruecos y los costes de producción se basan, sobre todo, en el coste la-

boral, por lo que el país norteafricano tiene mucho más que ganar que nosotros", asegura Góngora.

Sin embargo, esta situación no pasa solamente en Marruecos, sino que cada vez "se están denunciando más casos con la sandía, ya que los productores almerienses se van a Senegal a cultivarla allí. Otros ejemplos se localizan en Sudamérica con el melón o también en Senegal, pero esta vez con la judía verde", concluye el secretario provincial de COAG, Andrés Góngora.



■ El tomate es uno de los productos más perjudicados. / FHALMERIA

RECONOCIMIENTO

Seminis entrega el premio de sandía Fenway a Grupo Caparrós y un agricultor

SU SABOR, CALIBRE Y UNIFORMIDAD LA HACEN MUY ATRACTIVA PARA LOS PRODUCTORES, COMERCIALIZADORAS Y CONSUMIDOR FINAL

CIA

La casa de semillas Seminis ha hecho entrega del primer premio en semillas Fenway a Antonio Jiménez, agricultor, y del segundo al Grupo Caparrós Nature, galardónados con semillas Fenway para 2 y 1,5 hectáreas, respectivamente.

El productor Antonio Jiménez ha destacado el buen resultado de esta campaña de Fenway dando por hecho que continuará confiando en esta variedad de cara a la próxima campaña y haciendo hincapié en que se trata de

“una variedad que tiene un tamaño excelente, y su sabor es muy bueno, con mucho sabor, sabor muy destacado, sobresaliente”. Paco Escobar, responsable de Cristalplant División Semilleros, por su parte, ha subrayado la “uniformidad a la hora de hacer el injerto y, en lo que se refiere a porcentajes de la germinación, en Fenway están bastante mejorados”.

Por otra parte, el Grupo Caparrós Nature ha manifestado la satisfacción de la campaña debido a que, como han asegurado, “esta variedad de sandía ha tenido un gran comportamiento, no sólo en campo sino también durante su comercialización”. Han explicado, asimismo, que, en general, “se han obtenido unos resultados bastante positivos con respecto al cuaje del fru-

to, a su sabor y al color rojo intenso de su interior, que de una forma muy apetecible nos transmite la frescura del producto”.

Por ello, se puede afirmar sin miedo a equivocarse que se ha obtenido un gran rendimiento con esta variedad de sandía negra sin semillas. Y es que, como ha quedado claro, desde el productor al consumidor final, ha habido una satisfacción prácticamente generalizada.

Así, desde el Grupo Caparrós Nature no han dudado en asegurar que confiarán en Fenway la próxima campaña. “No sólo eso, sino que esta nueva campaña se va a realizar una seria apuesta por esta variedad, ya que gran parte de nuestra producción de sandía negra sin semillas será sandía Fenway”, han adelantado.



Antonio Jiménez y Paco Escobar junto a Héctor Ramos, de Monsanto.



Jesús Joya y Pedro Caparrós de Grupo Caparrós Nature.

Fenway

apuesta por el mejor sabor



Seminis

MONSANTO



SOSTENIBILIDAD Y RENTABILIDAD

“Los mercados siguen apostando por productos con valores diferenciales”

SYNGENTA ASEGURA QUE PUEDE JUGAR UN ROL FUNDAMENTAL EN EL DESARROLLO DE NUEVAS SOLUCIONES PARA LA CADENA DE NEGOCIO

■ Elena Sánchez

-Hace poco que ha sido nombrado con un nuevo cargo, ¿exactamente qué cargo es y en qué consiste?

-Se trata de Foodchain Project Manager y es un puesto que pretende conectar las necesidades y demandas existentes en la cadena de negocio, desde los productores hasta los supermercados. En estos momentos me voy a encargar de todos los productos con los que nosotros trabajamos, mientras que anteriormente era más especialista en tomate.

-Es cierto que cada vez los agricultores tienen que adaptarse más a las demandas tanto de mercados como de consumidores, ¿hasta qué punto es necesaria esta conexión entre los diferentes eslabones de la cadena?

-Se trata de una cuestión fundamental, ya que de ella depende que los productores consigan mayores niveles de rentabilidad y sostenibilidad, tanto financiera como medioambiental.

-¿Por dónde caminan hoy en día las tendencias de mercados y consumidores en cuanto a los productos que desean?

-Los mercados, en general, siguen apostando por productos que aporten valores diferenciales para los consumidores. En este sentido, el sabor, la apariencia externa y una calidad consistente son valores muy importantes para los consumidores. Además, todo lo relativo a seguridad alimentaria es una demanda básica para los supermercados y, en este sentido, plantean protocolos de uso de productos fitosanitarios que son cada vez más específicos.

-Desde su punto de vista, ¿cuál es la predisposición del agricultor para redirigir su trabajo y adaptarlo a las nuevas demandas?

-El agricultor está comprometido con los mercados y va a hacer un esfuerzo para cumplir con las nue-

DAVID MURCIA
FOODCHAIN PROJECT
MANAGER IBERIA SYNGENTA

vas demandas. Desde Syngenta también estamos comprometidos en desarrollar, junto con los productores, tecnologías que los ayuden a abordar de una forma más eficaz estos nuevos retos que se les plantean. El trabajo que estamos realizando en los últimos años conocido como Syngenta Growing System es precisamente un ejemplo de esta colaboración con los productores y con elementos de la cadena de negocio.

-¿Es cierto que lo que se está pidiendo en estos momentos en ciertos países son productos con residuo cero? ¿Qué opina al respecto?

-Es cierto que algunos supermercados se plantean en el medio plazo la posibilidad de ofrecer a los



■ La Syngenta Salad Dynamics tuvo gran afluencia. / FHALMERÍA

consumidores productos con residuo cero. Creo que estamos en un momento en el que todos estamos comprometidos con la reducción sostenible de residuos. La consecución del residuo cero plantea un reto muy interesante que va a precisar del uso integrado de tecnologías tales como la genética, los productos fitosanitarios y la lucha biológica. En este sentido, desde la casa de semillas estamos convencidos de que Syngenta puede jugar un rol fun-

damental en el desarrollo de nuevas soluciones para la cadena de negocio.

-¿En qué situación se encuentra Syngenta en estos momentos, tanto en el sector de semillas como en fauna auxiliar y fitosanitarios?

-Nos encontramos en un momento de integración, en el que el trabajo conjunto nos va a permitir desarrollar soluciones que aportarán sostenibilidad y rentabilidad a los productores y que cubrirán

las nuevas demandas de la cadena de negocio.

-Con respecto a la provincia de Almería, y viendo su nuevo cargo, no sólo se producen hortalizas, sino que también Almería es sinónimo de cítricos, almendro, lechuga, olivar, etc... ¿Cómo ve dichos sectores en la provincia y qué actuación va a tener o está teniendo Syngenta en estos ámbitos?

-Efectivamente, mi nueva responsabilidad cubre todo tipo de cultivos dentro de la Península Ibérica. En la actualidad estamos diseñando las acciones que vamos a realizar no solo en el ámbito de las especies hortícolas, sino también en el resto de cultivos que están presentes en nuestra provincia.

-En cuanto a lechuga, que hace unos días realizaron el evento Syngenta Salad Dynamics, ¿cuáles fueron los objetivos marcados para dicho evento?

-Efectivamente, hace unas semanas se organizó en nuestra estación de Torrepacheco esta jornada que tuvo una gran asistencia tanto del sector de la producción como de la comercialización. Contamos con la presencia de productores de referencia y con supermercados de distintos países. El objetivo fue la presentación de variedades en las distintas tipolo-

gías y cómo esas variedades aportan valores específicos a los consumidores en toda Europa.

-¿Resulta complicado, en algunos momentos de campaña, ponerse en la situación del productor y aportar soluciones que le ayuden a hacer más sostenible su negocio?

-Es una prioridad para nosotros y hace ya algunos años que emprendimos este camino. Con la integración de nuestras tecnologías vamos a conseguir desarrollar soluciones que aportarán competitividad y sostenibilidad a su negocio. Con la colaboración y confianza de nuestros partners estamos consiguiendo que las soluciones de cultivo conecten directamente con las necesidades de los supermercados y eso les aporta valor y les da la posibilidad de tener una posición más sólida en la cadena de negocio.

-Finalmente, en cuanto a hortalizas, ¿qué novedades tienen puestas en marcha o marcadas desde la casa de semillas para esta campaña? Siempre haciendo referencia al sector agrícola de la provincia de Almería.

-Seguimos trabajando para el desarrollo de variedades con valores agronómicos que aporten competitividad a los productores y que ofrezcan a los consumidores nuevas experiencias.

Comarcas

REUNIÓN

El alcalde de El Ejido insta a la Junta a tener más en cuenta al municipio para el arreglo de caminos

FRANCISCO GÓNGORA SE REUNIÓ CON EL DIRECTOR DE REGADÍOS DE LA CONSEJERÍA, GUSTAVO RÓDENAS, Y EL DELEGADO JOSÉ ANTONIO SALINAS

■ Rafa Villegas

Tras una primera fase del Plan 'Encamina2' de la Junta de Andalucía que ha destinado, a juicio del alcalde de El Ejido y el concejal de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente de la localidad, cantidades irrisorias a la ciudad ejidense, el máximo responsable del Ayuntamiento ejidense se ha puesto manos a la obra para intentar que la historia no se repita.

Para ello, el alcalde de El Ejido, Francisco Góngora, ha mantenido una reunión con el director general de Regadíos y Estructuras Agrarias de la Consejería de Agricultura y Pesca, Gustavo Ródenas, y el delegado provincial de Agricultura y Pesca, José Antonio Salinas, con la intención de diseñar un futuro plan de arreglo de la red municipal de caminos rurales.

Según han explicado desde el Consistorio ejidense, "durante el encuentro, el Ayuntamiento ha sentado las bases para que los pró-



■ Momento de la reunión mantenida entre el alcalde de El Ejido, el director de Regadío y el delegado.

ximos planes autonómicos de actuación en caminos rurales, 'Encamina2', no perjudiquen a los agricultores del municipio como ha ocurrido con esta primera convocatoria de ayudas y se realicen bajo criterios de reparto mucho más objetivos y atendiendo al número real de explotaciones agrarias con las que cuenta el municipio". Las cifras están claras, la ciudad de El Ejido cuenta con el

20 por ciento del total del número de explotaciones agrícolas de la provincia, según los datos oficiales que elabora la Junta de Andalucía. Aún así, como ha lamentado Góngora, "el municipio tan solo recibirá el 1,4 por ciento del presupuesto total del Plan 'Encamina2', adjudicado a Almería".

Del mismo modo, el alcalde ejidense ha asegurado que con este Plan "a cada titular de una explo-

tación agraria del municipio le corresponden tan solo 28 euros para inversiones en caminos, mientras que a un agricultor de cualquier pueblo del interior, con un número bastante más inferior de explotaciones, le corresponden casi 2.000 euros".

Para Góngora, lo cierto es que "esta situación no es de recibo", por lo que espera que "sea compensada por la Administración au-

tonómica con la puesta en marcha de un Plan 'Encamina2' complementario".

Durante la reunión, además, Francisco Góngora ha exigido una mayor implicación de la Junta de Andalucía en el establecimiento de medidas complementarias para mejorar este tipo de infraestructuras, así como la firma de un convenio de colaboración con la Administración autonómica a través del cual se destine una cantidad concreta a la mejora de este tipo de vías durante los próximos tres años.

COMPROMETIDO

El nuevo Equipo de Gobierno se ha puesto desde el principio el objetivo de mejorar y modernizar la amplia red de caminos rurales de El Ejido. Góngora ha recordado al respecto que "la situación económica actual del Ayuntamiento nos obliga a realizar un grandísimo esfuerzo de ahorro para ir saldando la deuda anterior que existe con proveedores y para ir realizando mejoras en este tipo de infraestructuras reales". Ha afirmado, además, que "este esfuerzo municipal no es suficiente por el deterioro de la situación económica municipal actual. Necesitamos la implicación de la Junta".

EN LA LISTA

Adra y Vícar se benefician del Plan 'Encamina2' de la Junta

■ R. V. A.

La Junta de Andalucía continúa con la aplicación de su Plan 'Encamina2' con el que está modernizando la red de vías rurales de la provincia y el resto de la Comunidad Autónoma. Gracias al mismo, en Vícar, por ejemplo, se han mejorado casi 1.500 metros de tres caminos rurales, mientras que en el término municipal de

Adra, la Consejería de Agricultura y Pesca ha destinado alrededor de 775.000 euros a este tipo de actuaciones.

La propia consejera del ramo, Claro Aguilera, ha visitado recientemente las obras que se están llevando a cabo en la red viaria rural de Adra. En este municipio, además, como han explicado desde la Junta, "se han concedido diversas ayudas en los últimos años,

también para la Comunidad de regantes Río Adra".

ACTUACIÓN EN VÍCAR

Respecto a las obras de Vícar, la Consejería ha concluido las del Camino del Vizconde, de 600 metros de longitud y 4,5 metros de ancho; el del Camino del Médico, de 379 metros de longitud y 3,5 metros de ancho; y el Camino del

Puente de la Culebra, de 490 metros de longitud y 4,5 de ancho. En total se trata, como han explicado desde la Consejería, "de casi 1.500 metros lineales de vías rurales que se encontraban en mal estado y que una vez finalizados los trabajos, contribuyen a mejorar el acceso a las explotaciones agrarias del municipio".

Del mismo modo, además de estas obras, el Consistorio vicario ha incluido en el Plan 'Encamina2' de la Junta de Andalucía la mejora de otros tres caminos rurales. Se trata, concretamente, del del Pabellón, de 286 metros de longitud y 6 metros de ancho; el Camino Haza la Calera, de 353 metros de longitud y 4 metros de ancho;

y el Camino de Benínar, de 572 metros de longitud y 425 metros de ancho.

NUEVO PLAN PARA 2012

El Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía ha aprobado una segunda partida de 94,4 millones de euros destinada a la ejecución del Plan 'Encamina2' para el año 2012. Este Plan, con una inversión global de 118 millones de euros, ha contado con un presupuesto inicial de 23,6 millones de euros para 2011 y ha permitido ejecutar ya el 20 por ciento de los caminos rurales solicitados por los municipios de las ocho provincias andaluzas.

CONSISTORIO EJIDENSE

Acusan al PAL de perder 8 millones para vías rurales

■ R. V. A.

El concejal de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Ayuntamiento de El Ejido, Manuel Gómez Galera, ha lamentado las críticas vertidas por el Partido de Almería (PAL) respecto a las medidas y políticas de ahorro que está llevando a cabo el nuevo Equipo de Gobierno municipal. A su juicio, "su pésima y descuidada gestión ha llevado a la ciudad a perder durante los últimos cinco años algo más de ocho millones de euros para el arreglo de caminos rurales".

Y es que, según ha explicado el edil, "el Gobierno del PAL ha dejado escapar numerosas ayudas y subvenciones de las administraciones públicas dirigidas a la reparación y mejora de las vías rurales, que de haberse aprovechado, el municipio podría haberse beneficiado, en gran manera, durante estos años por este tipo de líneas de financiación". También critica la falta de manutención.

DE EL EJIDO

La instalación de invernaderos, la gestión de residuos y los caminos centran el Consejo Municipal Agrario

LA CIUDAD VA A SER LA PRIMERA EN ESPAÑA EN CONTAR CON UNA ORDENANZA QUE RESTE BUROCRACIA A LA HORA DE CONSTRUIR FINCAS

■ Rafa Villegas

Menos de medio año después de que se aprobara el reglamento del Consejo Municipal Agrario de El Ejido, éste ya ha celebrado su primera reunión. Este órgano de carácter consultivo lo integran 25 representantes del ámbito político, empresarial, organizaciones agrarias, empresa auxiliar, comunidades de regantes y demás sectores que operan en la agricultura. Su finalidad pasa por convertirse en un importante foro de debate y análisis del sector hortofrutícola del municipio.

El alcalde de El Ejido, Francisco Góngora, fue el encargado de presidir el Consejo, del que destacó la importante representación que existe del sector del municipio "con un 70 por ciento de la comercialización y el 50 por ciento de la producción". Del mismo modo, ha insistido en que "este órgano municipal se convierte en

un importante foro para analizar temas y poder alcanzar el consenso en determinadas cuestiones".

TEMAS TRATADOS

En el Consejo Municipal Agrario se trataron muchos temas pero, sin duda, el que más llamó la atención fue la presentación, por parte del alcalde ejidense y el concejal de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente, Manuel Gómez Galera, del borrador de la denominada Ordenanza Reguladora de la Instalación de Invernaderos. Se trata, concretamente, como ha afirmado el edil, "de una figura que no existía hasta ahora y, a través de la que se pretende compendiar toda la legislación que existe al respecto, cuyo objetivo es el de agilizar los trámites que tienen que realizar los agricultores a la hora de obtener las licencias de construcción".

Lo cierto es que con la puesta en marcha de esta Ordenanza, la ciudad de El Ejido se va a convertir en la primera de España en contar con una legislación municipal de estas características. A través de ella se pretende ofrecer

al agricultor herramientas básicas que resten burocracia a los trámites para la obtención de las licencias de edificación de invernaderos.

Otro tema abordado es el de los caminos rurales. El Consejo ha acordado crear las bases para la regulación de Planes Especiales de Mejoras del Viario Municipal. Así, el Gobierno ejidense podrá contar con un documento en el que se establezcan las prioridades en esta materia. Al respecto, Góngora ha recordado que la intención de su Equipo de Gobierno, desde que tomó posesión, "es la de ir mejorando la red viaria municipal. Parte del ahorro que se va generando, además de destinarlo a proveedores, se dirigirá a mejorar los caminos rurales".

Finalmente, la gestión de los residuos agrícolas también tuvo su espacio en el Consejo. El alcalde de El Ejido recordó a los asistentes que "el tratamiento de los restos vegetales es un asunto que nos preocupa en gran manera". Recordó, asimismo, que "el Equipo de Gobierno viene manteniendo reuniones con diversas empresas privadas a fin de buscar soluciones a este asunto".

CONCEJAL EJIDENSE

Gómez Galera insta a unir la oferta contra la distribución



■ Gómez Galera. / FHALMERÍA

■ R. V. A.

El concejal de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Ayuntamiento de El Ejido, Manuel Gómez Galera, considera que la crisis del sector es "la consecuencia directa de la manipulación de precios a la baja de las grandes cadenas de distribución que se están aprovechando del esfuerzo y trabajo de muchos con la permisividad del sector productivo de nuestra provincia".

Por ello, el edil ha apuntado que "una buena manera de comenzar a atajar la situación actual es mediante la unión del sector para luchar contra unos pactos que están causando graves perjuicios a la rentabilidad de nuestra agricultura".

PLANTA EJIDO MEDIO AMBIENTE

La Audiencia Provincial ordena seguir investigando la titularidad de EMA

■ R. V. A.

Lejos de llegar a su fin, el conflicto entre las mercantiles Contenedores Lirola SL y Morgan Aqua SL sigue sin resolverse. Así, si todo parecía resuelto el pasado mes de octubre, cuando, como cita la Audiencia Nacional en el Auto N° 226/11 la primera empresa presentó fotocopia "de una sentencia, al parecer dictada por el Juzgado de Primera Instancia Número Dos de El Ejido, en la que se declara resuelto un contrato de compraventa convenido entre la sociedad Contenedores Lirola SL y la compañía Morgan Aqua SL", lo cierto es que el curso legal va a continuar.

Y es que, la Audiencia Provincial ha decidido que, textualmen-



■ EMA ardiendo. / FHALMERÍA

te, "desprendiéndose de la declaración del testigo Sr. López Sánchez matices que aconsejan que se profundice en su investigación, entiende la Sala que hay razón bastante para que, al menos, se practiquen las diligencias acordadas y las que ha solicitado la denunciante -Morgan Aqua-, por lo que se es-

tima conveniente, en sintonía con lo que señala el Tribunal Constitucional en su Sentencia del 9 de enero de 1985, la práctica por el Juzgado de Instrucción de dichas diligencias en cuanto que éstas aparecen enderezadas a determinar la naturaleza y circunstancias del hecho, para, acto continuo y una vez prestada la tutela solicitada, resolver lo que estime que procede, de donde se sigue que el recurso formalizado ha de ser acogido y revocado el Auto de 20 de septiembre de 2010, confirmado por el de 20 de octubre siguiente, devolviendo la causa al Juzgado de Instrucción para que se practiquen las diligencias precedentemente señaladas y, a continuación y con entera libertad de criterio, dicte la resolución que proceda".

AL CONSEJERO DE MEDIO AMBIENTE

El Ayuntamiento de El Ejido exige celeridad en las obras de la Balsa del Sapo

■ R. V. A.

El alcalde de El Ejido, Francisco Góngora, y el concejal de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Consistorio ejidense, Manuel Gómez Galera, han aprovechado la visita a la provincia del consejero de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía, José Díaz Trillo, para exigirle una respuesta acerca del estancamiento de las obras de la Balsa del Sapo.

Gómez Galera ha lamentado lo que, a su juicio, es "una grave irresponsabilidad, como es pasar de largo por un problema tan trascendental y que afecta

a la población de Las Norias, con 10.000 habitantes". Ha calificado de "muy grave el desinterés demostrado por el consejero hacia los problemas del municipio de El Ejido, al no haber declarado las obras del nuevo servicio de bombeo de emergencia, teniendo en cuenta la difícil situación que están atravesando, desde hace años, los propietarios de las fincas y de los locales inundados y el riesgo que supone el creciente aumento del nivel del agua del humedal para la población". Recuerda, además, que se comprometieron en abril a ejecutar la obra con rapidez.

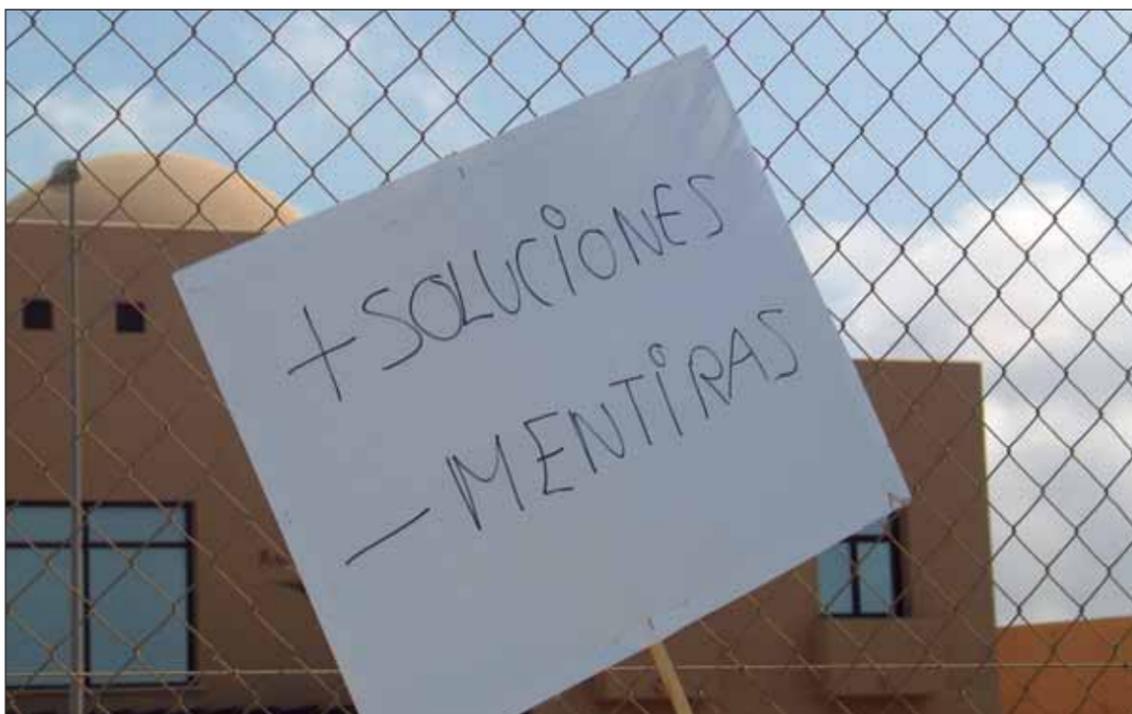
RELEVO EN LA COMUNIDAD DE REGANTES

Iluminada Fernández presidirá Rambla Morales tras ganar las elecciones

LA ESPOSA DEL EXPRESIDENTE DE LA COMUNIDAD, ANTONIO GARCÍA PARDO, VENCió EN UNOS COMICIOS CON Poca PARTICIPACIÓN

■ Isabel Fernández

Iluminada Fernández se convirtió el pasado 20 de diciembre en la primera presidenta de la Comunidad de Regantes Rambla Morales, tras las elecciones celebradas. Fernández es, asimismo, la esposa del expresidente, Antonio García Pardo, a quien, paradójicamente, la propia Comunidad le tiene presentada una querrela criminal por supuesta estafa, falsedad documental y apropiación indebida. Fernández se alzó con la presidencia tras vencer en los comicios a su único oponente, Sebastián Román, en unas elecciones caracterizadas, además, por la escasa participación. De hecho, fueron apenas una treintena los comuneros que tomaron parte y que aglutinaban en torno a un centenar de votos. Con 49 votos a favor frente a los 25 de Román, Iluminada Fernández se convirtió en la primera presidenta de una Comunidad de Regantes que agluti-



■ La Comunidad se encuentra, a día de hoy, totalmente paralizada. / FHALMERÍA

na a más de 500 comuneros de la Comarca de Níjar y Almería.

Por delante, la nueva presidenta tiene un grave problema que solucionar. La Comunidad sigue adeudando más de 100 millones de euros a La Caixa y, hasta la fecha, los comuneros no han aceptado la única propuesta de compra, la realizada por ACUAMED, y que, si bien es cierto que no su-

pondría la eliminación de la deuda, también lo es que la reduciría en parte. Sin embargo, hoy por hoy, la infraestructura está paralizada. Precisamente éste último aspecto fue el que llevó a la anterior junta directiva a dimitir en la asamblea celebrada el pasado 23 de noviembre y, justo entonces, se puso fecha a los comicios celebrados el 20 de diciembre.

Entonces, el presidente saliente, Juan Garrido, afirmaba, a través de un comunicado, que “la ausencia de apoyo entre los comuneros y el rechazo masivo de la Asamblea a la solución pactada entre todos los interesados y donde se incluía la venta de la desaladora a la empresa pública ACUAMED, solución que desde la junta de gobierno se propuso

tras una larga y durísima negociación con representantes de ACUAMED, fue rechazada”, lo que venía a confirmar, bajo su punto de vista, que los miembros de la entonces junta directiva “no son los adecuados para dirigir la Comunidad de Regantes”.

FALTA DE VOLUNTAD

La anterior junta de gobierno criticó, antes de su salida, la falta de voluntad política real para dar una solución al problema. A esta supuesta falta de voluntad tendrá que enfrentarse ahora Iluminada Fernández y, además, en solitario, ya que su candidatura no incluía más que un nombre, el suyo, y, por tanto, no contaba con el respaldo de ningún otro comunero. Pese a las dudas iniciales, esto no fue un problema para que, finalmente, Fernández concurreniera a las elecciones y, finalmente, ganó. Como tampoco lo fue el hecho de que su marido, expresidente de la Comunidad, esté imputado por supuestos delitos cometidos durante su presidencia. En este sentido, y antes de la votación, se esclareció que no había ningún problema con su candidatura, puesto que Fernández no tiene ninguna causa pendiente con la Comunidad.

Se abre de este modo, pues, una nueva etapa en la Comunidad de Regantes de Rambla Morales que, como ocurriera hasta ahora, continúa teniendo en la deuda contraída con La Caixa su principal caballo de batalla.

UNA CAMPAÑA RUINOSA, SEGÚN ASAJA

Productores de lechuga ni siquiera cubren los costes de producción

■ I. F. G.

“Llevamos todo el año vendiendo la lechuga por debajo de sus costes de producción”. Así de tajante se mostró Pascual Soler, vicepresidente de ASAJA-Almería, que apuntó que, de hecho, “la caja de entre 10 y 12 piezas se está vendiendo entre 1’80 y 2 euros”. Con estos precios, lamentó que “ni siquiera se pueden pagar los gastos de recolección y envasado del producto, así que imagínese el resto de gastos de la explotación”. La situación que padece este cultivo, cuya producción se concentra en el Levante provincial, es tal que, según Soler, “éste es el año más malo de los que recuerdo”.

El vicepresidente de ASAJA-Almería apuntó, como ocurre con el



■ La caja de lechugas se vende a apenas 2 euros. / FHALMERÍA

resto de hortalizas, a las cadenas de distribución como grandes culpables de la situación, que “hunden al productor y al consumidor”. Asimismo, criticó la falta de acción de las distintas administra-

ciones, tanto autonómica como central, y lamentó que “existe un abandono total por parte de la Administración” de un sector tan importante para la economía nacional como el agrícola.

PROMOCIÓN

Una decena de empresas pulpileñas mostró sus productos en FERIA 2011

■ I. F. G.

Una decena de empresas pulpileñas del sector agroalimentario mostró sus productos durante la celebración de la última edición de la Feria de Muestras de Almería, FERIA, de la mano de la Diputación Provincial. De este modo, en un acto presidido por el alcalde del municipio, Juan Pedro García, junto con el diputado provincial de Agricultura, Óscar Liria, y la diputada de Deportes y, a su vez, edil pulpileña, Ángeles Martínez, los visitantes al evento pudieron conocer los productos de empresas como Pri-

maflor S.A., Comercial Peregrín, Agrupapulpi, Carnes y Embutidos Artesanos de Pulpi o Granja Ecológica Agrícola y Ganadera, entre otras.

FERIAL, un año más, se convirtió en el escaparate más idóneo para que las empresas de la provincia mostraran sus productos y, a su vez, pudieran hacer negocio. Tanto es así que, de hecho, la propia Diputación Provincial acercó hasta el recinto ferial a más de 350 vecinos de hasta ocho municipios almerienses, como son Felix, Tabernas, El Ejido, Gádor, Sorbas, Almócita, Beires, Padules y, cómo no, Pulpi.

CON UNA CRISIS ENDÉMICA

La producción de almendra almeriense cayó un 70% en la última campaña

NI SIQUIERA LA ESCASA COSECHA RECUPERÓ LOS PRECIOS Y, DE HECHO, EL KILO DE CÁSCARA APENAS SE VENDIÓ A 0'60 EUROS

Isabel Fernández

Restar y seguir. Ésta es la sensación que les queda a los productores de almendra de la provincia tras la última campaña. Un ejercicio en el que la cosecha "apenas ha sido del 30% con respecto a un año normal", lamentó Francisca Iglesias, secretaria general de UPA-Almería. Este brusco descenso de la producción se debió, según Iglesias, a un cuaje deficiente debido al exceso de humedad que, además, provocó la aparición de hongos. Por ello, "los frutos se cayeron".

Sin embargo, y pese esta pérdida considerable de producción, lo cierto es que los precios, ni mucho menos, acompañaron; todo lo contrario. "El precio ha sido muy malo",



Los productores ya están inmersos en las labores de poda. / FHALMERÍA

comentó Iglesias, que, además, calificó la situación de "incoherente, ya que no ha habido producción". De este modo, la secretaria general de UPA-Almería lamentó que "los precios han estado por debajo de los costes de producción" y, de hecho,

"la almendra se ha vendido a unos 0'60 euros el kilo, e incluso, más barata". Ante esta situación, lamentó que "hay quien ni siquiera ha recogido", ya que los costes de recolección superaban los ingresos previstos.

Una campaña más, la competencia de países terceros vuelve a sobrepasar el campo almeriense y, de hecho, para Iglesias, sólo la entrada de almendra de orígenes como Estados Unidos puede explicar esta situación. "Es la historia de siempre", criticó y apuntó que, de cara a la próxima campaña, la competencia puede ser aún mucho más fuerte.

Y LLEGÓ AUSTRALIA

Hasta la fecha, el principal competidor de la almendra almeriense era Estados Unidos. En este país, "empresas españolas compraban la almendra que, más tarde, reexportaban a la Unión Europea", señaló Iglesias. Sin embargo, algo está a punto de cambiar. "Las empresas de Estados Unidos tienen ahora una plataforma en el Reino Unido", explicó, y están 'acechando' al principal cliente de la almendra almeriense: Alemania. En este sentido, la secretaria general de UPA-Al-

mería argumentó que, durante años, las empresas españolas han vendido almendra californiana como española y esto "va a pasar factura". "El consumidor alemán ya se ha acostumbrado a la almendra de Estados Unidos y la demanda y de eso sólo tienen la culpa las empresas españolas", sentenció.

Por si todo esto fuese poco, la competencia para los productores de almendra, a partir del próximo ejercicio, no sólo va a llegar desde Estados Unidos, sino también desde Australia. Según Francisca Iglesias, en este país "se han hecho grandes plantaciones, similares a las de Estados Unidos", que entrarán en producción la próxima campaña, cerrando aún más el 'cerco' a las producciones almerienses.

Por otro lado, la secretaria general de UPA-Almería criticó que el último varapalo para los productores de almendra locales se lo ha dado el propio Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM). Según explicó, la Administración ha publicado unas ayudas para el tratamiento de los restos de poda para su utilización como residuos orgánicos. La poda, en Almería, ya está en marcha; sin embargo, "las ayudas no se pueden solicitar hasta febrero", luego "los agricultores no saben cómo podrán certificar que han podado", concluyó.

ALEMANIA, EL PRINCIPAL COMPRADOR

Las exportaciones de cítricos de la provincia crecieron un 27% hasta septiembre

I. F. G.

Las exportaciones almerienses de cítricos entre enero y septiembre pasados crecieron un 27% con respecto al mismo período de 2010, según los últimos datos hechos públicos por la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca, elaborados a partir del balance más reciente del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX). De este modo, las ventas al exterior de cítricos provinciales sumaron 18'3 millones de kilos, que alcanzaron un valor superior a los 11'5 millones de euros, un 6% más que en el período de referencia.

Una vez más, entre los mercados de destino de los cítricos provinciales destaca, sobre todo, Alemania, que con unas compras de 6 millones de kilos valoradas en 4'5 millones de euros aglutina el 39'2% del total de las exportaciones almerienses. Tras el país germano se sitúan Italia y Francia, con un

17'7% y un 13'6% del total de cítricos comercializados en el exterior, respectivamente. Otros destinos de estos productos son, aunque en bastante menor medida, Holanda, Bélgica, Argelia, Portugal, Dinamarca, Hungría y Reino Unido. Con estos números, los cítricos suponen ya el 0'8% de las exportaciones provinciales y ocupan el décimo lugar del ranking del sector exportador.

Almería es, por otro lado, la décima provincia española exportadora de cítricos, con un 0'8% del valor total de las ventas de este producto. El mercado de las exportaciones nacionales está copado, como no podía ser de otra manera, por Valencia, con más del 49%, y Castellón de la Plana, con un 21%.

PREVISIONES

Por otro lado, y de acuerdo con las estimaciones del primer aforo realizado por la Delegación de Agri-



La provincia cuenta con unas 8.300 hectáreas de cítricos.

cultura y Pesca a partir de los datos facilitados por el sector, en esta campaña 2011/2012, se prevé que la campaña de cítricos sume en torno a 231 millones de kilos, un 7'4% menos que en el ejercicio pasado. De esta cantidad, 138 millo-

nes de kilos corresponderán a naranjas, 59 millones a mandarinas y 31 millones de kilos a limones.

La provincia almeriense cuenta en la actualidad con algo más de 8.300 hectáreas dedicadas al cultivo de cítricos, de las que 4.800

corresponden a naranjos, el cítrico mayoritario en la zona. Asimismo, en Almería se cultivan 2.450 hectáreas de mandarinas y 1.330 de limones, según recogen los datos de la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca.

SALINAS VISITA LA OCA DE LA CAÑADA

La horticultura intensiva aumenta en el Bajo Andarax

ADemás de esta zona, campo de Níjar y campo de Tabernas también han registrado un incremento importante en los últimos años

■ Elena Sánchez

La horticultura intensiva de las zonas del Bajo Andarax, Campo de Níjar y Campo de Tabernas está aumentando cada año de manera paulatina. Este hecho es uno de los que ha podido comprobar el delegado de Agricultura, José Antonio Salinas, tras su visita a la Oficina Comarcal Agraria (OCA) de La Cañada, una dependencia que atiende a 24 municipios de dichas comarcas. De hecho, durante la jornada, Salinas tuvo la oportunidad de reunirse con la directora de la OCA, María Del Carmen Gómez, con quien analizó la situación de los sectores agrícola y ganadero de esta

zona, que con 245.000 hectáreas, es la de mayor extensión de toda la provincia.

Asimismo, el delegado de Agricultura ha destacado el importante incremento de los cultivos bajo plástico que se ha registrado en los últimos años en esta zona, que con unas 6.000 hectáreas de tomate, produce prácticamente el 60 por ciento del total de la provincia.

OLIVAR

Por su parte, José Antonio Salinas ha valorado el avance que está experimentando el sector del olivar, sobre todo en el Campo de Tabernas. En esta zona hay en cultivo unas 6.500 hectáreas, de las cuales, en torno al 70 por ciento son de regadío. De esta superficie, unas 500 hectáreas son de olivar superintensivo y una extensión similar, de ecológico.

Este avance del olivar se está pro-

duciendo, en parte, por la reducción del almendro, que en algunas zonas está siendo sustituido por olivos. Con todo, el almendro es el cultivo con mayor superficie en la zona: 8.000 hectáreas, de las cuales, el 90 por ciento son de secano.

CÍTRICOS

En cuanto al sector de los cítricos, que son el cultivo mayoritario en algunos municipios del Bajo Andarax, ocupan una superficie de algo más de 1.000 hectáreas en la zona. Con el fin de conseguir mayor rentabilidad, algunos productores asociados a una OPFH están optando por convertir el cultivo a ecológico.

Finalmente, el delegado de Agricultura de la Junta de Andalucía, José Antonio Salinas, hizo una valoración del sector ganadero, donde el ovino-caprino es el más representativo de las comarcas que



■ Interior de un invernadero de tomate. / FHALMERÍA

atiende la OCA de La Cañada. En total, hay 457 explotaciones, con un censo de unas 75.000 cabezas. En porcino hay 66 explotaciones registradas y un censo de más de 23.000 cabezas. En cuanto al sector apícola, hay 175 explotaciones. La información y la formación de

ganaderos, junto con el fomento de las Agrupaciones de Defensa Sanitaria Ganadera y el fomento del asociacionismo, se muestran como alguna de las medidas para fortalecer el sector, que cuenta con asesoramiento y ayudas públicas para la modernización de explotaciones.

MEDIO ANDARAX Y BAJO NACIMIENTO

Gran éxito del Mercado Agroalimentario y de la Artesanía de la Alpujarra



■ La delegada de Medio Ambiente visitó el mercado. / FHALMERÍA

■ E. S. G.

Los pasados días 17 y 18 de diciembre, la localidad de Alboloduy acogió el Mercado Agroalimentario y de la Artesanía de la Alpujarra con gran éxito de afluencia. De hecho, este tipo de iniciativas pretenden convertirse en un evento de referencia para los alpujarreños y la provincia de Almería. El mercado tiene una doble finalidad: ser instrumento de desarrollo y revitalización del turis-

mo, comercio y artesanía de la comarca. También tiene un fin empresarial, no sólo en lo referido a la venta de productos, sino también en la diferenciación empresarial en la comarca y la captación de potenciales clientes a nivel provincial.

Para el presidente del consorcio de municipio del Medio Andarax y Bajo Nacimiento, Cristóbal Rodríguez, "este mercado es una iniciativa que surge a nivel local con visión comercial, con el objetivo

de hacer comarca y de mostrar a la provincia nuestras fortalezas. Este es el camino que todos los pueblos debemos seguir para posicionarnos a nivel provincial e incluso nacional".

Por su parte, la presidenta de ASEMPAL-Alboloduy, Teresa Valladolid, afirmó que "la asociación está realizando un gran esfuerzo para difundir este tipo de eventos y obtener, cada año, más representación amplia de los sectores agroalimentarios y de la artesanía".

CÍTRICOS

Agrolevante estima para esta campaña una producción de naranja de 6 millones de kilos

■ E. S. G.

La empresa almeriense Agrolevante ha hablado de las cifras con las que estima cerrar la campaña 2011/2012 de cítricos. En este sentido, su gerente, Cristóbal Parra, ha asegurado que "las producciones son muy parecidas a las del año pasado, por lo que esperamos lograr unos 6 millones de kilos de naranja, 4,5 millones de clementina y un millón de kilos de limón". Una producción, eso sí, "de gran calidad, ya que estamos teniendo un invierno seco, que hace que la fruta tenga mucha consistencia, no como el año pasado, que tuvimos muchos problemas por la humedad".

Igualmente, para la presente campaña, desde Agrolevante se han marcado como objetivo mantener el mercado abierto en Rusia, con la marca Goldsur, "e incrementar la exportación de nuestras naranjas". Y es que para el gerente de la entidad, "en los últimos años, el mercado de cí-

tricos en la provincia de Almería ha sufrido una gran reconversión debido a la demanda de nuevas variedades en el mercado. Por eso, esperamos que nos vaya bien este año tanto en producción como en comercialización".

NUEVA PAC

El gerente de Agrolevante, Cristóbal Parra, también ha hecho referencia a la nueva PAC y cómo ésta va a influir en el sector cítrico almeriense. Así, ha asegurado que "las ayudas de la PAC van a propiciar el abandono de muchas fincas pequeñas. Esto, evidentemente, no beneficia en nada a la sostenibilidad económica de la provincia".

Finalmente, el tema de precios también ha salido a la luz desde Agrolevante, donde se ha resaltado que "esperamos que este año sea mejor que el pasado, cuando nos fue fatal debido a las heladas producidas en diciembre".

RECONOCIMIENTO

La Bodega de Serón obtiene dos premios en el Certamen Internacional de Vinos, CINVE

■ E. Sánchez

Dos vinos de la empresa almeriense Bodega de Serón han obtenido sendos premios en el Certamen Internacional de Vinos, CINVE 2011, celebrado en Sevilla. En este sentido, se trata del tinto Didacus Barrica y del blanco Saetías 2010, dos caldos que ya anteriormente han sido reconocidos en otros concursos a pesar de tratarse de creaciones recientes de una bodega también joven, que se encuentra “empeñada en un trabajo de creación de caldos modernos y de calidad”, asegura Diego Gea, gerente de Bodega de Serón.

De hecho, esta entidad ha sido la más premiada en esta cita, lo que lleva a pensar a su gerente que “este premio consolida la labor que venimos desempeñando como bodega innovadora en nuestra tierra, acercándonos cada vez más a nuestro objetivo de situarnos como un referente en el mundo vinícola andaluz y español”. En esta edición de CINVE 2011 han participado más de

2.500 referencias de vinos de todo el mundo que, durante tres días, han celebrado las numerosas catas de vinos, convirtiéndose en un gran escaparate al mundo para los caldos que se producen en todo el panorama nacional e internacional.

OTROS PROYECTOS

Asimismo, el gerente de la empresa almeriense, Diego Gea, ha explicado que la bodega tiene en estudio otros proyectos, “como por ejemplo el de afrontar, a lo largo de los próximos años, una Plataforma 2.0 que ayude a comercializar los productos agroalimentarios y recursos turísticos de esta comarca almeriense”.

La Bodega de Serón, a pesar de su corta trayectoria, cuenta ya con la obtención de varios galardones obtenidos a lo largo de estos años, por la participación en los distintos concursos oficiales celebrados hasta la fecha, tales como los Premios Mezquita 2009, Premios Bacchus 2010 y, ahora, el CINVE 2011.

SIERRO

Charlas, visitas e incluso exposiciones, dentro de las VIII Jornadas Micológicas

■ E. S. G.

La localidad almeriense de Sierrro celebró a finales de noviembre sus VIII Jornadas Micológicas, en las que participó la Diputación de Almería. Durante los días de duración, esta actividad contó con un amplio programa en el que estaban incluidas una serie de charlas, conferencias, exposición, proyecciones y hasta una excursión micológica. Los diputados de Agricultura y Medio Ambiente, Óscar Liria y Ramón Rueda, asistieron a la inauguración de estas jornadas donde aprovecharon para asegurar que “actividades como éstas son fundamentales para el desarrollo de la comarca y para potenciar el turismo y la gastronomía en el Almanzora”.

La primera conferencia corrió a cargo de José Fajardo, profesor de la Universidad Popular de Albacete, quien habló del ‘Reino de los Hongos’. A continuación, el turno fue para Diego Fábrega, quien ofreció una charla sobre ‘Setas comestibles de Almería. Guía Fácil’. Acto seguido, los participantes en estas jornadas visitaron la exposición micológica del Plan Cusstá, del Gobierno andaluz. En la segunda parte de las jornadas se trataron otras temas como las ‘Nuevas tendencias en la Gestión de Recursos Micológicos en Andalucía’ o ‘Maneras de vivir. Ecología de los hongos’. Asimismo, para concluir las jornadas se llevó a cabo una excursión micológica donde se vieron algunas de las variedades más comunes de Almería.

ASAMBLEAS INFORMATIVAS

UGT concluye en Fiñana su campaña sobre el REASS

EL OBJETIVO ERA EXPLICAR CÓMO SE VA A REALIZAR LA INCORPORACIÓN DE LOS TRABAJADORES AGRARIOS AL RGSS

■ Elena Sánchez

El sindicato de los trabajadores UGT ha realizado una serie de asambleas informativas para explicar las novedades normativas producidas como consecuencia de la integración del Régimen Especial de Agrarios en el Régimen de la Seguridad Social. Así, la última jornada se llevó a cabo en Fiñana, donde el secretario general de UGT Almería, José Ginel, recordó que este acuerdo de integración es “fruto del Diálogo Social” y equipará las prestaciones del sistema que recibirá el sector con las del Régimen General, protegiendo en mayor medida a los trabajadores agrarios. Concretamente, 45.000 trabajadores almerienses que cotizan en la actualidad en el Régimen Especial Agrario de la Seguridad Social pasarán a hacerlo en el Régimen General de la Seguridad Social a partir del 1 de enero de 2012. Por su parte, el secretario general de FI-



■ Trabajadores agrarios en plena faena. / FHALMERIA

TAG-UGT Almería, Juan Sola, destacó la importancia de que estas novedades fueran conocidas “lo mejor y lo más rápidamente posible por el mayor número de ciudadanos, por eso pusimos en marcha esta campaña informativa”. Asimismo, señaló que “durante estos 20 años, UGT ha estado junto a los trabajadores y trabajadoras del campo apoyándoles

en sus reivindicaciones”. Igualmente, durante estas asambleas también se ha explicado el rechazo rotundo de UGT a la reforma de la Política Agraria Común, PAC, y se dio a conocer a los asistentes cómo se va a realizar su incorporación progresiva, desde el 1 de enero de 2012, del Régimen Especial Agrario al Régimen General de la Seguridad Social.

FIÑANA



El camino rural de Termas está casi finalizado

■ E. S. G.

Los trabajos de adecuación y asfaltado del camino rural de Termas, en Fiñana, están prácticamente ter-

minados a falta de los últimos arreglos de obra. Se trata de un camino que afecta a un gran número de propietarios de fincas agrícolas, ya que la longitud del mismo está en-

tre los 2 y los 3 kilómetros lineales. Desde el Consistorio de Fiñana han señalado que la inversión de dicha infraestructura asciende a casi 250.000 euros.

Especial Tomate de Primavera



El tomate, la gran apuesta de Almería para la próxima primavera

PRIMERAS ESTIMACIONES

El tomate de ciclo corto 'pierde tirón' a causa de los bajos precios de 2011

EN EL ÚLTIMO EJERCICIO CRECIÓ DE FORMA CONSIDERABLE SU SUPERFICIE, ALGO QUE, AL FINAL, REPERCUTIÓ EN LAS COTIZACIONES

■ Isabel Fernández

Las primeras estimaciones del sector apuntan a un descenso en la superficie de tomate de cara a la próxima primavera. Si estos primeros meses de campaña no están siendo nada fáciles para esta hortaliza, tampoco los últimos del pasado ejercicio fueron mejores; de ahí que, hoy por hoy, no sean muchos los agricultores que estén pensando en decantarse por esta producción. En este sentido, Andrés Góngora, secretario provincial de COAG, comentó que, aunque aún es pronto, "todo apunta a que habrá menos tomate de primavera", debido, explicó, a que "es el producto que más difícil lo tiene en esas fechas". Así, el responsable provincial de COAG se refirió a las dificultades que atravesaba esta hortaliza antes, incluso, de que saltara la falsa alerta sanitaria por un brote de 'E. coli' en Alemania. De



■ Este producto apenas se vendió a 0'22 euros hace un año. / FHALMERÍA

este modo, lamentó que, "antes de la 'E. coli', el tomate se vendía a 0'22 euros el kilo". Pese a todo, insistió en que "todavía hay muy poca planificación".

Por otro lado, y en lo que respecta a los cultivos de ciclo largo que se mantendrán, Góngora apuntó que, prácticamente, "habrá el

mismo ciclo largo que el año pasado", e incluso, "podría haber algo más". Y es que, en esta campaña 2011/2012, las plantaciones de tomate se hicieron algo más tardías que en el ejercicio anterior y, por tanto, "puede que la recolección se alargue".

La rentabilidad del tomate está de-

jando mucho que desear en las últimas campañas. Sin ir más lejos, este producto cerró el pasado ejercicio con un descenso en el valor de su producción del 16%, según el balance realizado por ASAJA-Almería. Este mismo informe desvela que la mayor caída de su valor se produjo en el mes de diciembre, cuando el tomate se vendió un 34% más barato que un año antes; este mes marcó, además, el 'inicio del fin' para este producto. Entonces, según recordaron desde esta organización agraria, fue cuando Marruecos comenzó a introducir tomate en los mercados comunitarios, tanto que su competencia "fue mayor que en el año anterior".

Por último, durante la campaña pasada, el informe de ASAJA-Almería apunta que se produjo un incremento considerable de la producción de tomate de primavera que, a la larga, propició "el derrumbe de las cotizaciones en origen en esta época". Precisamente este último aspecto vendría a corroborar ese previsible descenso del tomate de primavera en esta campaña.

Pese a todo, el tomate continuará siendo, aunque en menor medi-

da, uno de los cultivos preferidos para los agricultores por estas fechas, sobre todo, y como no podía ser de otra manera, en la zona más 'tomatera' de la provincia: la comarca de Níjar. Allí, los productores alternan tomate y sandía desde el mes de enero hasta el final del ejercicio, en una práctica que se puede considerar casi tradicional.

PRIMER TRIMESTRE

Los ingresos del tomate cayeron un 30% entre septiembre y noviembre con respecto al mismo período de 2010. Así lo recoge el informe realizado por la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA), que indica, además, que, en este período, el volumen de producción se ha incrementado en un 10%.

Ya desde el mes de octubre, las exportaciones de tomate marroquí con destino a la Unión Europea (UE) van en aumento y, de hecho, desde FEPEX ya denunciaron que este país ha vuelto a superar cupos y a introducir producto por debajo del precio mínimo, esos 0'46 euros por kilo. Recientemente, fue la propia consejera andaluza de Agricultura y Pesca, Clara Aguilera, quien aludió a la entrada "sin control" de tomate marroquí en la UE, a veces, incluso, a través de fronteras nacionales. Esto, lamentó, tiene graves consecuencias sobre el sector en origen y es causa de "la crisis de precios" de este producto.

CAMPANA 2011/2012

De Ruitter cuenta con variedades de todos los tipos perfectamente adaptadas a la primavera

■ I. F. G.

De Ruitter, marca de Monsanto, referente mundial en el desarrollo y producción de semillas de tomate, cuenta con un amplio catálogo de variedades de todos los tipos de esta hortaliza especialmente indicadas para el ciclo de primavera-verano. Mayoral, Ventero, Realeza, Santawest, Durinta y Anairis son algunas de esas variedades que los profesionales del sector ya conocen y en las que "confían plenamente", afirman desde la empresa, gracias a sus resultados.

De este modo, Mayoral es un tomate ramo que destaca, según apuntaron desde De Ruitter, por "su rápida entrada en producción y en descarga de frutos, buena resistencia a virus y altísimo rendimiento en kilos por metro cuadrado". Asimismo, y en lo que a la calidad se



■ Ventero, un tomate ramo para recolección también en suelto.

refiere, Mayoral ofrece un buen calibre de fruto y, además, "la buena formación de los ramos la convierten en la variedad líder indiscutible para ramo en estas fechas". Durinta, por su parte, es otro ramo de excelente producción, así como

"coloración, aspecto, estructura y formación de ramilletes". Una "variedad clásica", como la definen desde De Ruitter, "entre las variedades de tomate para primavera".

Para recolección tanto en ramo como en suelto, la multinacional de

semillas cuenta con Ventero. Esta variedad ofrece una planta de vigor medio-alto y da lugar a unos frutos con un buen color y también un buen calibre (fundamentalmente, G y M). Sus frutos son, asimismo, tal y como describen desde la empresa, "ligeramente achatados, de color rojo intenso, realmente excelente". Ventero destaca, además, por su gran consistencia y alta resistencia a cracking y microcracking en condiciones de frío y humedad, así como al blotching. Por último, no ofrece sensibilidad al rajado de frutos en condiciones de cuaje con calor.

TOMATE CHERRY

Por otro lado, De Ruitter dispone en su catálogo de distintas variedades de tomate cherry adaptadas a la primavera. Lupitas y Santawest -éste

último cherry pera- se caracterizan, el primero, por su "impresionante" producción, debido a sus largos ramos, múltiples, y al calibre propio de la variedad. Santawest aporta, además, una mayor dureza, buena coloración en condiciones de alta temperatura y luminosidad, así como resistencia al rajado. Todas estas características lo convierten, de hecho, en "la variedad número uno en su segmento".

Por último, y para tomate pera, De Ruitter cuenta con Realeza, una variedad que destaca por "la calidad general de la fruta, gran precocidad y rapidez de producción", así como por su "extraordinaria dureza, excelente coloración, inmejorables clasificaciones y altísimos rendimientos". Anairis, por su parte, es un pintón de gran producción, uniformidad y "alto porcentaje de calibre GG". Destaca, además, por su dureza y color.

De Ruitter ofrece, de este modo, respuestas a todas las demandas de los agricultores que habitualmente apuestan por el tomate como cultivo de primavera y que, a buen seguro, también lo harán este año.

DOS NOVEDADES ESTE AÑO

Diamond Seeds cubre todas las líneas de tomate de cara a la primavera

LA CASA DE SEMILLAS APUESTA MUY FUERTE POR EL MERCADO DE ALMERÍA, TANTO QUE HA HECHO UNA IMPORTANTE INVERSIÓN EN I+D+I

■ CIA

Diamond Seeds, con las variedades de tomate comerciales y las nuevas variedades que ya están en fase pre-comercial, cubre todas las líneas de cultivo de tomate en primavera, desde el pintón hasta el cherry. En tomate grueso para recolección tanto en rojo como en verde para ensalada, destaca la variedad Gordiny F1, de planta vigorosa y entrenudo corto, con muy buena cobertura foliar y con frutos de gran calibre GG-GGG, de excelente sabor, resistente a HR: V, Fol 1,2, ToMV, IR: N, virus de la cuchara, TYCV. De la misma tipología y resistencias con frutos GG y planta idónea para ciclo largo destaca la variedad Noemy F1.

Para tomate tipo verde/pintón la variedad que propone Diamond Seeds es Takoma F1. Esta variedad da una elevadísima producción, debido a su buen tamaño, GG-GGG, y su excelente cuaje, 4-5 frutos por ramo. Es una variedad con planta de ciclo precoz, compacta y entrenudos cortos con frutos de color verde brillante y con cuello verde marcado. Asimismo, proporciona un excelente nivel de resistencias: HR:



■ TP 1011 F1, su nueva propuesta en tipo pera.

V, Fol 1-2, ToMV, IR: spotted TSWV, cuchara, TYCV, N.

En tomate cherry, Diamond Seeds apuesta fuerte en redondo por la variedad Kirill F1, excelente tanto para recolectar en ramo como suelto, con ramos de 14-16 frutos, de elevada consistencia y conservación y muy tolerantes al rajado. Resistente a HR: V, Fol 1-2, Ff 1-5. IR: Nematodos y virus de la cuchara, TYLCV. En cherry del tipo pera, su variedad es Lobello F1, que por su exquisito sabor ha ganado el primer premio como Tomate del Año 2011 en categoría

cherry, convocado por 'El Huerto de Claudio'.

Debido al intenso trabajo en I+D+i que se está realizando en la compañía, Diamond Seeds presenta como novedad dos nuevas variedades que todavía son números, pero que ya están causando una gran admiración entre los productores y técnicos en los ensayos: una variedad del tipo pera TP 1011 F1, de planta vigorosa con excelente cuajado y gran producción, con frutos de color rojo brillante e intenso, de elevada dureza y gran consistencia poscosecha; resistente a



■ TR 1109 F1 es la novedad en tomate ramo para esta campaña.

HR: V, Fol 1-2, ToMv, e IR: Nematodos, virus de la cuchara TYCLV. Tolerancia a Blosson.

En el tipo de tomate ramo, dentro de una línea de varios números nuevos, destaca el TR 1109 F1, variedad que forma el ramo típico de 'espina de pescado', con 7-8 frutos por ramo que no necesita despuntarse, lo que facilita un gran ahorro en mano de obra en el cultivo; de un color rojo intenso, con

elevada consistencia y conservación y gran tolerancia al rajado. Resistente a HR: V, Fol 1-2, ToMV e IR: Nematodos y virus de la cuchara TYCLV.

Diamond Seeds ha hecho una apuesta muy fuerte en el mercado de Almería, haciendo una gran inversión en I+D para el desarrollo y adaptabilidad de nuevas variedades para el mercado nacional y de exportación.



TAKOMA F1

IR: Cuchara TYLCV y Spotted TSWV
"El tomate pintón productivo, resistente y sabroso"

PRODUCCIÓN Y RESISTENCIA UNIDAS

GORDINY F1

IR: Cuchara TYLCV
"Gran tamaño, sabor y consistencia"

UNIDAS CALIDAD Y RESISTENCIA



TOMATE

www.diamondseeds.com

Camí de Valencia S/N · Apdo. de Correos 289 · 08820 EL PRAT DE LLOBREGAT · Barcelona · Tel. +34 93 370 96 69 · Fax. +34 93 379 57 61

ESTA CAMPAÑA LOS PRODUCTORES ALMERIENSES CONTINUAN APOSTANDO POR LAS VARIEDADES BYELSA, ALTERIO Y BIGRAM

Semillas Fitó lanza Duratom y Almadir, dos larga vida que responden a las expectativas de los agricultores

LAS NUEVAS VARIEDADES DE TOMATE DE SEMILLAS FITÓ HAN SIDO DESARROLLADAS JUNTO A LOS PRODUCTORES DE LA PROVINCIA Y SE ADAPTAN A SUS NECESIDADES

■ CIA

La apuesta firme y continuada de Semillas Fitó por la I+D+i, en colaboración con los agricultores de la provincia de Almería, le ha permitido a esta empresa seguir introduciendo en el mercado variedades comerciales que, según afirman, “responden cada vez mejor a las expectativas de los productores” y, cómo no, “de mayoristas y gran distribución”; en definitiva, de todos los eslabones de la cadena. Siendo fieles a esta premisa, Semillas Fitó introduce esta campaña 2011/2012 dos nuevas variedades de tomate que ya empiezan a comercializarse y que han sido muy valoradas: Duratom y Almadir.

Duratom (HB09199) es, tal y como explicaron desde la casa de semillas, un tomate larga vida que “destaca por la calidad del fruto, la homogeneidad del calibre, la dureza y la durabilidad postcosecha”. Precisamente en esta última característica es en la que más insisten desde Semillas Fitó y, de hecho, afirman que “podemos decir



■ Duratom, el larga vida que más dura.

que es el tomate que más dura en este momento y así lo han ratificado agricultores y comercializadores, que no dudan en pedir esta variedad de cara al futuro”. Asimismo, Duratom es resistente al virus de la cuchara (TYLCV) y a otros virus que afectan al tomate (ToMV, TSWV, Fol: 0,1, Vd y Mi).

Almadir (HB08245), por su parte, es otro larga vida, aunque tipo canario (calibre M). Esta nueva variedad de tomate de Semillas Fitó destaca, según argumentan desde la empresa, por “su alta producti-

vidad, su color rojo intenso, dureza y conservación”, así como por su alto nivel de resistencias a los virus más frecuentes en este cultivo (ToMV, TSWV, TYLCV, Ff: A-E, Fol:0,1, Vd y Mi).

Junto a estas dos nuevas variedades que ya comercializa, Semillas Fitó continúa ofreciendo a los horticultores de Almería otras ‘soluciones’ que, en campañas anteriores, ya han sido todo un éxito. Así, Byelsa, Alterio y Bigram, variedades desarrolladas por la casa de semillas para esta zona, siguen

estando disponibles para los agricultores que, tras depositar su confianza en ellas en campañas anteriores, volverán a hacerlo en este nuevo ejercicio.

De este modo, desde Semillas Fitó recuerdan que Byelsa es un tomate pera grueso muy estable, que siempre responde de la misma forma, con el mismo porte de planta y, sobre todo, una gran productividad y una excelente calidad de fruto. Alterio, por su parte, es un tomate ramo de ciclo largo, perfecto para su trasplante a mediados del

Variedades especialmente adaptadas a la provincia

■ CIA

Duratom. Tomate larga vida con gran calidad de fruto, calibre homogéneo, dureza y durabilidad postcosecha. Resistente al virus de la cuchara (TYLCV) y a otros virus que afectan al tomate (ToMV, TSWV, Fol: 0,1, Vd y Mi).

Almadir. Tomate larga vida tipo canario (calibre M). Tiene una alta productividad, color rojo intenso, dureza y conservación, así como un alto nivel de resistencias (ToMV, TSWV, TYLCV, Ff: A-E, Fol:0,1, Vd y Mi).

Byelsa. Tomate pera grueso muy estable, con buen porte de planta, gran productividad y excelente calidad de fruto.

Alterio. Tomate ramo de ciclo largo para trasplante desde mediados de agosto. Máxima calidad de fruto y altísima producción.

Bigram. Tomate ramo, de calibre M-G. Planta cubierta, muy vigorosa, de entrenudo corto y de ciclo largo.

mes de agosto y que ofrece, asimismo, la máxima calidad de fruto y una altísima producción. Por último, Bigram es otro tomate ramo que destaca por su calibre M-G, así como por presentar una planta cubierta, muy vigorosa, de entrenudo corto y de ciclo largo.

ANÁLISIS DE CONSUMO ALIMENTARIO AÑO 2011

El tomate es la hortaliza fresca más consumida en España

■ I. F. G.

El tomate es la hortaliza fresca más consumida en España, según los datos más recientes del ‘Análisis de Consumo Alimentario Año 2011’, elaborado por el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), relativos al pasado mes de octubre. De este modo, según las cifras de la Administración, los hogares españoles consumieron 689.973’78 toneladas de tomate durante ese

mes, un 4’9% más que en el mismo período de un año antes. El consumo per capita de esta hortaliza se situó, de este modo, en casi 15 kilos por ciudadano.

Por otro lado, y en lo que respecta al gasto de las familias en la compra de tomates, en total, en el décimo mes del año, se destinaron más de 905 millones de euros, casi un 6% menos que un año antes, cuanto el gasto de los hogares en tomate ascendió a más de 962 millones de euros. Esta caída en

el gasto de los hogares en la adquisición de tomate está relacionada, en parte, con el descenso generalizado de sus precios. Y es que, desde que arrancara la campaña, el tomate no ha alcanzado en origen precios ni siquiera aceptables para sus productores.

El tomate sigue siendo, por tanto, una de las hortalizas más valoradas por los españoles y, de hecho, las cifras de su consumo, al alza mes a mes, así lo demuestran.



■ El consumo de tomate creció un 5% en octubre.

IMPORTANTE CRECIMIENTO

El 50% de su superficie ya se hace con lucha integrada esta campaña

■ Isabel Fernández

El 50% de la superficie de tomate de la provincia ya se cultiva con lucha integrada, según los últimos datos manejados por la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA), que cifra en 5.193 las hectáreas en las que ya se aplica este método, de un total de 10.386 hectáreas cultivadas de tomate en toda la provincia. Según apuntaron desde la Interprofesional, el tomate es, junto con el pepino, uno de los cultivos en los que más ha crecido la utilización de fauna auxiliar para combatir las plagas; no en vano, en la campaña 2010/2011, este método se había implantado en apenas un tercio de la superficie total de tomate.

Los buenos resultados cosechados, en lo que al desarrollo del cultivo se refiere, por los métodos de control biológico combinados con un ligero uso de químicos compatibles ha propiciado su expansión en el actual ejercicio. Atrás quedaron campañas marcadas, por ejemplo, por el temor de los productores a la Tuta absoluta, que había arrasado cultivos de tomate en el Levante español y que se perfilaba como una de las grandes amenazas de los cultivos provinciales. En esto mucho tienen que ver las empresas dedicadas al control biológico de la provincia, que no han parado de innovar hasta convencer al agricultor de que era posible sacar adelante sus plantaciones con el uso de depredadores naturales. Almería es, de hecho, pionera en la investigación en lucha integrada, no sólo en tomate, sino en todos los productos.

ANDALUCÍA

La lucha integrada contra las plagas se ha convertido en un método de cultivo de éxito en la Comunidad Autónoma, en gran medida, gracias al impulso recibido en la provincia de Almería, donde se concentra el mayor número de hectáreas en producción de hortalizas bajo abrigo que emplean depredadores naturales. Tanto es así que, según las cifras manejadas por HORTYFRUTA, el 56% de los principales productos hortofrutícolas que se cultivan en los invernaderos andaluces -pimiento, tomate, berenjena, pepino, calabacín, judía, melón y sandía- se hace con técnicas de control biológico. Con estos números, Andalucía es pionera y líder en producción integra-

da, no sólo de España, sino también de todo el mundo. Y es que sólo la producción industrial de abejorros e insectos beneficiosos para controlar las plagas que afectan a todos estos cultivos genera, sólo en la provincia almeriense, un nego-

cio de más de 50 millones de euros anuales.

Hasta la fecha, el 50% de los cultivos de tomate se hacen con lucha integrada; sin embargo, todo apunta a que esta cifra podría aumentar en las próximas campañas.



■ Este año hay más de 5.000 hectáreas con control biológico.

Tomate
Byelsa,
líder en pera grueso

SEMILLAS
fito

Desde 1880, mejorando contigo

www.semillasfito.com

JORNADAS DE PUERTAS ABIERTAS

Rijk Zwaan presentó, en Níjar, las 'primicias' en tomate para 2012



■ Los agricultores conocieron, de primera mano, todas las novedades de la multinacional holandesa. / FHALMERÍA

... VARIOS CIENTOS DE AGRICULTORES CONOCIERON LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS NUEVAS VARIEDADES DURANTE LOS DÍAS 14 Y 15 DE DICIEMBRE

■ José Antonio Gutiérrez

Rijk Zwaan ha celebrado en el paraje de Los Grillos en San Isidro-Níjar, unas jornadas de puertas abiertas sobre tomate, los días 14 y 15 de diciembre, en las que ha presentado las novedades para el próximo año. Buena parte de estas 'primicias' tienen como base variedades que están consolidadas en el mercado y algunas de ellas son líderes en su segmento. Los agricultores han podido comprobar la efectividad del portainjerto Emperador RZ. Las plantaciones que se han presentado fueron trasplantadas en

una finca estándar de la zona, y entre ellas, además de las variedades conocidas Montenegro RZ (tomate ensalada o cuello verde), Razymo RZ (ramo), Delyca RZ (ramo), Ramyle RZ (ramo) y Montalvo RZ (pera), se han dado a conocer otras, aún denominadas con números de introducción.

Una de las novedades expuestas ha sido 74-680 RZ que pretende complementar la variedad Montenegro RZ dentro de los tipo cuello verde. Es una planta más vigorosa, lo cual permite que los frutos de la parte alta de la planta sean de mayor calibre, ofrezca más piezas y el ciclo, por lo tanto, sea más largo.

En tomate tipo pera se han dado a conocer a los agricultores dos números como novedades, el primero de ellos es 74-154 RZ, que es un pera para la recolección en ramo o suelto, que presenta una gran uniformidad en el ramo, buen color



■ Montenegro RZ ha sido una de las variedades mejoradas con 74-680 RZ. / FHALMERÍA

JORNADAS DE PUERTAS ABIERTAS



■ Espectacular aspecto de las variedades presentadas por Rijk Zwaan en Los Grillos. / FHALMERÍA

tanto en rojo como en verde con resistencias tanto a cuchara como a spotted. La segunda variedad dentro de este tipo es 74-155 RZ, para recolección en suelto y con el que se puede realizar ciclo largo si se desea.

TIPO COCKTAIL

En tipo cocktail se ha presentado la variedad identificada con la numeración de introducción 72-153 RZ, con resistencia al virus de la cuchara y al oídio y como característica fundamental aporta un calibre de cocktail en invierno, gran sabor y la rusticidad de la planta permite su cultivo en cualquier parte sin necesidad de calefacción doble techo u otro tipo de cuidados especiales.

Finalmente, dentro de las variedades denominadas especialidades, Rijk Zwaan ha presentado a lo largo de estas jornadas la variedad S10-6113 RZ, un tomate cherry redondo para suelto resistente a cuchara y el cherry pera Confetto RZ.

Otras de las primicias aportada a estas jornadas es la variedad de ramo 74-208 RZ. El fruto es rojo intenso, mantiene las mismas resistencias que Ramyle RZ y está di-



■ Primer plano de uno de los ramos de tomate. / FHALMERÍA

señado para ser transplantado más temprano gracias a que cuaja bien con altas temperaturas.

Igualmente se han dado a conocer otras variedades que se encuentran en experimentación y algunas de ellas pasarán a ser comerciales en los próximos años, según ha comentado Manuel Her-

nández, responsable de cultivo de tomate de la multinacional.

Los agricultores que se dieron cita en la finca de Los Grillos tuvieron oportunidad de hablar con los técnicos de Rijk Zwaan y comentar con ellos las características diferenciadoras de las nuevas variedades. A lo largo de los dos días

“Calidad y consistencia”

MANUEL HERNÁNDEZ

RESPONSABLE DE CULTIVO DE TOMATE DE RIJK ZWAAN



Manuel Hernández, responsable de cultivo de tomate de Rijk Zwaan ha explicado que el objetivo de las jornadas ha sido “presentar una serie de novedades que aportarán más calidad y consistencia a las variedades que tenemos en el mercado, algunas de ellas líderes en su sector”.

A juicio del técnico de la multinacional holandesa, “agricultor y empresa buscan variedades que aporten algo diferente: sabor, forma o cualquier otra cosa. También es cierto que como no se paga el diferencial de precio, se siguen manteniendo los requisitos básicos de resistencia, producción y calidad. Los costes no dejan de subir y los productores tienden a elegir varie-

dades que le permitan mantener un pequeño margen comercial”. Todos los años se presentan nuevas características en los cultivos de Almería y algunas veces cabe preguntarse si el cliente final termina percibiendo esos cambios en las nuevas variedades. A este respecto, Hernández considera que “sí percibe realmente los cambios, aunque también es cierto que se producen con demasiada rapidez. Todos los años hay variedades nuevas, algunas de ellas revolucionarias respecto de lo que hay en el mercado, pero en definitiva creo que sí captan los cambios porque los gustos van cambiando y muchas variedades se consolidan porque el consumidor final termina aceptando esa novedad y la elige”.

han sido muchos los profesionales del sector que han querido ver lo nuevo de la firma holandesa para el campo almeriense en tomates.

Rijk Zwaan desempeña un papel muy importante dentro de los diferentes tipos de tomate en los cultivos almerienses. Con algunas variedades ha conseguido establecerse líder del sector y sobre ese liderazgo va aumentando el número de extensiones que se dedican a las variedades de este culti-

vo. Las jornadas de puertas abiertas que se han celebrado en Níjar a mediados del mes de diciembre han pretendido hacer ver a los agricultores interesados en estas plantaciones cómo se desarrollan cada una de las variedades en un invernadero estandar en la época justa en la que se recomienda la plantación. El resultado de esta muestra ha dejado más que satisfechos tanto a organizadores como agricultores.

EL COMITÉ DE TOMATE DE FEPEX SE REUNIÓ EN ALMERÍA

‘Tomateros’ destacan las consecuencias “devastadoras” del Protocolo actual

SEGÚN FEPEX, POR CADA MIL TONELADAS DE TOMATE QUE NO SE EXPORTAN, SE PIERDEN 50 EMPLEOS EN LAS ZONAS PRODUCTORAS

■ Isabel Fernández

El Comité de Tomate de FEPEX lamentó, recientemente, las “consecuencias devastadoras” que está teniendo el actual Protocolo Agrícola del Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea (UE) y Marruecos para las zonas productoras de tomate -Andalucía, Murcia, Canarias y Comunidad Valenciana- y otras hortalizas, tanto en el ámbito del empleo como de la viabilidad económica de las explotaciones. En este sentido, los integrantes de este Comité, compuesto por COEXPHAL (Andalucía), PROEXPORT (Murcia), FEXPHAL (Comunidad Valenciana) y FEDEX y ACETO (Canarias), reunidos en Almería, lamentaron que, sólo en



■ El Comité de Tomate de FEPEX, reunido en Almería. / FHALMERÍA

el último año y en el sector del tomate, el Acuerdo en vigor “ha provocado la destrucción de 12.500 empleos”; es más, “por cada mil toneladas de tomate que se dejan de exportar, se pierden 50 empleos en las zonas de producción”.

Esta situación, explicaron, es fruto del “incumplimiento” del actual Acuerdo. Las cifras hablan por sí solas: sólo en el mes de octubre, las exportaciones de tomate de Marruecos con destino al mercado francés de Perpignan cuadruplica-

ron las españolas y, en noviembre, las quintuplicaron. Por ello, desde FEPEX criticaron que “Marruecos ha expulsado al tomate español del que ha sido su tradicional y principal mercado”. Este incremento de las exportaciones viene acompañado, además, por el incumplimiento del cupo establecido -un 120% más de tomate en octubre y un 37% en noviembre- y, por si fuese poco, sin respetar los precios de entrada.

DECLARACIÓN DE ALMERÍA

Ante esta insostenible situación, los integrantes del Comité de Tomate de FEPEX firmaron una nueva Declaración de Almería en la que insisten en la no ratificación del Acuerdo por parte del Parlamento Europeo (PE), prevista para el próximo mes de febrero. En este sentido, piden a la CE que “realice un análisis previo del impacto social y económico sobre el sector hortofrutícola español y el conjunto de

la agricultura mediterránea”. Asimismo, exigen mayor implicación a los partidos políticos nacionales, “que trabajen activamente con el fin de que dicho Protocolo sea rechazado por el Pleno del PE en las condiciones actuales”. Razones no faltan.

Y es que, según apuntaron desde el Comité de Tomate, son muchos y variados los informes comunitarios que ponen en entredicho el Acuerdo y que, en sucesivas ocasiones, han pedido una modificación de los precios de entrada. En esta línea, en el documento firmado por los integrantes del Comité se pide a la CE que “aplique lo establecido en el Acuerdo en vigor”, sobre todo, en lo relativo a “precios de entrada e impago de derechos de aduanas” o “la aplicación de la cláusula de salvaguardia”, que indica que ante importaciones que “provocan una perturbación grave de los mercados comunitarios (...) la Comunidad podrá adoptar las medidas que estime necesarias”.

Por último, la Declaración de Almería exige la “apertura de un procedimiento de investigación antidumping por las importaciones de tomate de Marruecos, en una doble vertiente, social y económica”. Y es que los costes de producción de este país lo convierten en un competidor desleal.

ACUERDO UE-MARRUECOS

Agricultura critica la entrada “sin control” de tomate marroquí y exige medidas

■ I. F. G.

La consejera andaluza de Agricultura y Pesca, Clara Aguilera, reiteró recientemente en Almería que Marruecos incumple el actual Acuerdo de Asociación con la Unión Europea (UE) tanto en volúmenes como en el pago de aranceles y, por ello, calificó de “error” su ratificación, prevista para el próximo mes de febrero. En un encuentro con el sector hortofrutícola provincial, la consejera andaluza lamentó que el producto marroquí continúe entrando en la UE fuera de todo control y apuntó no sólo a las aduanas francesas, sino también a las propias andaluzas como coladero de estas importaciones.

Aguilera afirmó que este continuo incumplimiento del acuerdo en vigor es “uno de los principales causantes de la crisis de bajos precios que vive actualmente el sector andaluz”; por ello, afirmó que

el Gobierno autonómico se ocupará de sensibilizar al Gobierno español y la UE ante estos hechos. Asimismo, solicitará que se corrijan los precios de entrada de estos productos. Por último, y ante la reiterada vulneración del acuerdo y sus consecuencias directas sobre los precios de las producciones locales, aseguró que “el Gobierno andaluz exigirá el respeto del actual acuerdo” y continuará trabajando para buscar una solución ante esta situación de bajas cotizaciones que padece el campo andaluz.

Por su parte, la directora general de Industrias y Calidad Agroalimentaria, Ana M^a Romero, también en una visita a la provincia en la que se reunió con HORTYFRUTA, insistió en que Agricultura exigirá a la Comisión Europea (CE) un control exhaustivo “tanto en cantidad como en calidad y con los mismos requisitos que se exigen a los agricultores andaluces”.

RECHAZO A LA PRÓRROGA DE PESCA

El nuevo Acuerdo UE-Marruecos está en entredicho, según COAG

■ I. F. G.

La Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG) considera que, hoy por hoy, la previsible ratificación por parte del Parlamento Europeo (PE) del Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea (UE) y Marruecos “queda totalmente en entredicho”, después de que, a finales de diciembre, el PE rechazara el mantenimiento de la prórroga del acuerdo de pesca comunitario con el país norteafricano. Según explicaron desde COAG, “tanto el acuerdo en vigor como la renovación que se pretende llevar a cabo presentan problemas jurídicos similares al acuerdo pesquero en lo referente a la inclusión de los territorios del Sáhara y el beneficio de su población, por lo que no se comprendería una postura diferente del PE al respecto”.

En este sentido, desde COAG volvieron a hacer un llamamien-



■ Andrés Góngora. / FHALMERÍA

to a los eurodiputados para que se posicionen en contra de la ratificación de la renovación del acuerdo agrícola, “no sólo por las cuestiones concretas concernientes al Sáhara Occidental, sino por el grave daño que una mayor liberalización comercial produciría sobre el sector hortofrutícola español”. Sobre estos as-

pectos habló, y mucho, el eurodiputado José Bové durante su presentación ante la Comisión de Comercio Internacional del PE el pasado 20 de diciembre.

En el ya conocido como ‘Informe Bové’, el eurodiputado francés pedía el ‘no’ a la ratificación del acuerdo “mientras no se den respuestas concretas para garantizar el establecimiento de auténticas políticas de asociación entre los países del entorno mediterráneo que garanticen el desarrollo económico y social respetuoso del Derecho Internacional y de los recursos naturales”. En esta misma línea, el texto que defiende Bové destaca que “el aumento de las cuotas a tipos reducidos para una amplia gama de hortalizas coloca a los productores europeos en una dura competencia difícil de mantener sin que ello signifique reforzar un desarrollo equilibrado de la agricultura de Marruecos”.

VANGUARDIA

El tomate Tynton, de Philoseed, se adapta a la perfección al Poniente y el Levante

ESTE PINTÓN CONVENCE A LOS AGRICULTORES POR SU CALIBRE, CALIDAD Y RESISTENCIAS, Y A LOS CONSUMIDORES POR SU SABOR Y AGUANTAR MÁS TIEMPO EN BUEN ESTADO

■ Rafa Villegas

La casa de semillas Philoseed cuenta con una variedad de tomate pintón que, además de ser su producto estrella, destaca por tener todos los requisitos que busca el agricultor y el consumidor y por adaptarse a la perfección tanto a la comarca del Poniente almeriense como a la del Levante. Se trata, concretamente, de Tynton, sin duda una de las más vendidas.

Los productores del Poniente lo eligen por su buen calibre, que ronda los 300 gramos, mientras que la vigorosidad de su planta lo hace idóneo para su plantación en tierras más salitrosas, como es el caso de las del Levante.

Philoseed lo recomienda especialmente para ciclos cortos. Su calendario de plantación de cara a la primavera es a partir de Reyes, mientras que para el invierno aconsejan sembrarlo entre finales de agosto y principios de septiembre.

Tynton presenta una forma re-

dondeada, ligeramente achatada, así como un alto contraste de color en pintón y cuello verde intenso. Además, su gran firmeza y peso lo hacen más atractivo aún.

Pero, sin duda, una de sus características más valoradas es su alta conservación. Víctor Megías, director técnico y comercial de Philoseed España, ha asegurado que “en los cuatro años que lleva en el mercado hemos comprobado cómo aguanta hasta el doble que el resto de tomates de su clase”.

Respecto a su desarrollo, Philoseed España lo realizó en el territorio español, donde no paró hasta conseguir una variedad como Tynton, que permite a los agricultores del Poniente y Levante almeriense obtener unos frutos de excelente calidad, muy atractivos y demandados tanto por los compradores intermediarios y finales como por el consumidor.

Tal está siendo el éxito de Tynton que la venta de sus semillas y plantas no se está reduciendo al ámbito provincial. Así, Megías ha explicado que ya trabajan con este tomate también “agricultores de las islas Canarias, así como de Italia”. Megías ha recordado “lo exigentes que son los consumidores italianos”.



■ Tomate Tynton.

Cotiza a un mayor precio en las subastas

Víctor Megías, director técnico y comercial de Philoseed España, ha explicado que “gracias al tamaño de Tynton, a su aspecto excepcional, que gusta muchísimo a los compradores, así como el excelente sabor y

aguante que disfrutaban los consumidores, hemos conseguido, y lo tenemos comprobado con agricultores que llevan el género a AgrupaEjido y Agroponiente, que se pague a un mayor precio”. Es más, según ha

asegurado, “normalmente suele venderse al primer corte, a bastante diferencia del segundo. En octubre, sin ir más lejos, su diferencial con el siguiente corte fue de 20 céntimos de euro el kilo”.

DATOS DEL ANÁLISIS DE CAMPAÑA DE LA FUNDACIÓN CAJAMAR

■ R. V. A.

Los datos son indiscutibles. Con un total de 786.703 toneladas, el tomate es, según explican en el ‘Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería’ 2010-2011 que ha realizado el Servicio de Estudios de la Fundación Cajamar, el producto que más se cultiva en la provincia y del que salen más kilogramos al extranjero.

Concretamente, durante la pasada campaña 2010-2011 se produjeron en la provincia un total de 786.703 toneladas, de las que 460.774 se exportaron fuera de las fronteras nacionales. De este producto, Almería sólo importó en el mismo período un total de 9.987 toneladas, casi todo en períodos en los que la producción

El tomate es el producto hortofrutícola que más se produce y exporta en la provincia



■ Tomates en un invernadero de El Ejido.

de esta fruta es reducida en la provincia.

Para ser más exactos, según la publicación de la Fundación Cajamar, las exportaciones se concentraron, sobre todo, de diciembre a mayo. Durante ese período, el conjunto de los envíos almerienses presentó, según se recoge en el Estudio, “un comportamiento más positivo que las importaciones”. Del mismo modo, explican que tan solo en septiembre y junio la entrada de producto procedente de otros orígenes alcanzó un peso ciertamente representativo, del 19,4 por ciento en relación al total emitido desde la provincia. Queda, por lo tanto, demostrada, una vez más, la actual complementariedad de producto local y foráneo en el mercado”.

POLINIZACIÓN

Biobest mejora la productividad con su colmena de invierno

I. F. G.

Biobest Sistemas Biológicos, empresa pionera en la producción y comercialización de abejorros para polinización, acaba de lanzar su colmena de invierno, con la que, según afirmaron desde la empresa, “aseguramos una mejor temperatura en el nido y, consecuentemente, una mayor durabilidad y productividad del enjambre”. Según explicaron desde la compañía, este nuevo concepto de colmena que acaban de introducir en el mercado se caracteriza por “utilizar materiales de bajo coeficiente térmico, como es el poliestireno expandido”. “Este material es diez veces mejor aislante térmico que el cartón y cinco veces mejor que el plástico ondulado”, afirmaron.

En este sentido, desde la empresa explicaron que “la colmena de invierno consta de una caja de poliestireno expandido, tapa, botella con azúcares que provea del necesario abastecimiento de alimento para los abejorros, el nido y unos orificios, tanto en su base como en la parte superior, para garantizar la ventilación correcta de la misma”. Del mismo modo, añadieron que la caja ha sido diseñada para introducir tres colmenas al mismo tiempo, con lo que “la temperatura del conjunto mejora todavía más”.

Ya el pasado verano, la empresa lanzó al mercado la primera colmena adaptada a los climas cálidos: ventilation hive. Este producto, según afirmaron, “ha sido todo un éxito de ventas gracias a la innovación aportada, mejorando la ventilación de la misma y reduciendo las altas temperaturas dentro del nido”.

EN TOMATE

El uso de abejorros para la polinización está totalmente implantado en los cultivos de tomate de la provincia. Esta práctica se introdujo en los invernaderos almerienses entre los últimos años de la década de los '80 y los primeros de los '90. Desde entonces, su cultivo se fue generalizando y, hoy por hoy, se utiliza en todos los invernaderos de la provincia. De hecho, estudios llevados a cabo en Almería con ciertas variedades de tomate demuestran que su cultivo con abejorros no sólo mejora la calidad del fruto, sino también su calibre.

EN MERCAMADRID

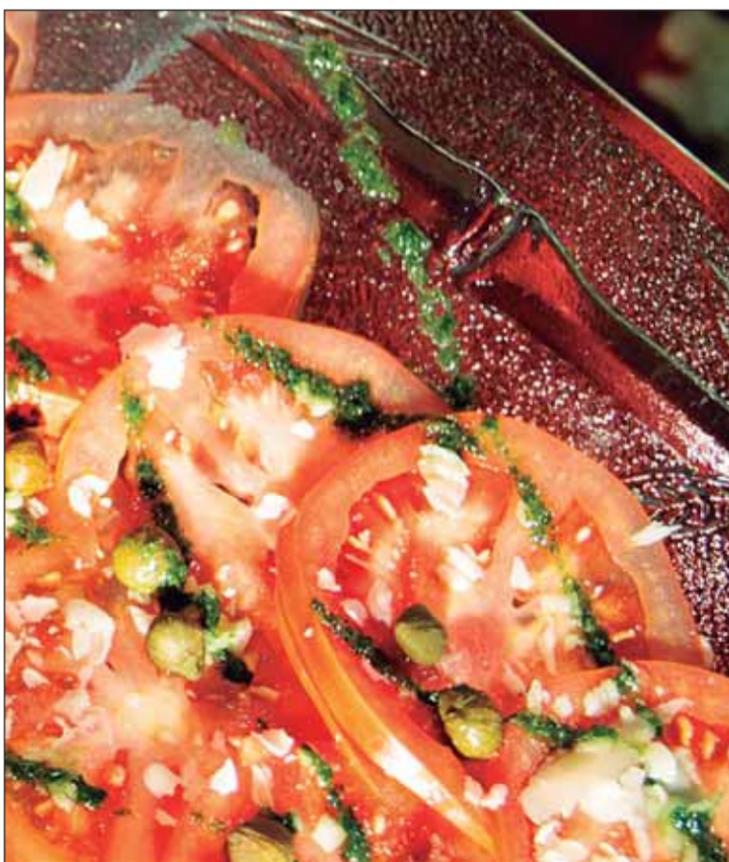
Intense, de Nunhems, es la variedad de tomate preferida por el cocinero exigente

LA CASA DE SEMILLAS PRESENTÓ ANTE PROFESIONALES DEL CANAL HORECA, EN MADRID, ESTE TOMATE Y TODOS SUS BENEFICIOS

CIA

Nunhems, especialista mundial en semillas de hortalizas, y Perichán, empresa especializada en la producción, transformación y distribución de productos hortofrutícolas, organizaron una exhibición el pasado miércoles, 14 de diciembre, en el Centro de Negocios de Mercamadrid, con la finalidad de mostrar a los profesionales del canal HORECA los beneficios del tomate Intense. El evento fue conducido por Vicente Fernández, de la Escuela Profesional de Hostelería de Jerez de la Frontera (Cádiz), quien sorprendió a los asistentes con las virtudes y posibilidades que Intense ofrece al profesional de la cocina.

Crisanto Ampuero, de Nunhems Spain S.A., presentó brevemente las ventajas de Intense,



Intense mantiene su forma y sabor incluso mientras se cocina.

al que calificó como un tomate especializado, que no pierde el jugo y permite seguir disfrutando de su forma mientras se cocina y un mayor sabor, lo que supone un beneficio en la presentación de los platos y un aumento de su calidad final. Posteriormente,

expuso una serie de potenciales mejoras e innovaciones posibles con Intense, que repercutirían en una clara diferenciación competitiva en el producto hortícola más utilizado en su sector, con más de 130 millones de euros de gasto anual por consumo de tomate en el canal HORECA en España.

INGREDIENTE ESENCIAL

Intense puede ser utilizado como ingrediente para innumerables recetas, con un resultado mucho más satisfactorio que si cocinásemos con cualquier otro tomate. Permite aprovechar el tomate en su totalidad, siendo el idóneo para determinado tipo de recetas, ya que sus rodajas pueden ser más finas sin tener que renunciar por ello a la calidad y al sabor.

Juan Cruz, director comercial de Perichán, expresó su plena convicción de que una vez el tomate fuera probado por cada una de las empresas presentes, con seguridad repetirían, ya que son claras las ventajas del tomate Intense, desde su más fácil manejo y ahorro hasta sus resultados superiores a los utilizados actualmente. En este sentido, animó a los asistentes a que igualmente se lo presentaran a sus clientes con total garantía de éxito. Respecto a la venta de Intense, comentó que su precio nunca va a ser un handicap, ya que las ventajas que aporta el tomate Intense van a estar siempre compensadas respecto a su precio de venta.

TENDENCIAS DE CULTIVO

Crece el uso del injerto en el Levante provincial en este nuevo ejercicio

I. F. G.

El uso del injerto en los cultivos de tomate del Levante almeriense ha crecido en esta campaña 2011/2012. Así lo afirmó Manuel Escuredo, gerente de Semilleros El Plantel, que afirmó que, de hecho, y a pesar del coste que supone su utilización, “al final, los gastos son los mismos”. Y es que, según explicó, “lo que te ahorras en semillas lo destinas al injerto”.

La técnica del injerto no está aún muy arraigada en la provincia para las producciones de tomate; sin embargo, en los últimos años, ha ido en aumento, en parte, debido a la paulatina supresión de los productos fito-



Injerto. / FHALMERÍA

sanitarios, a raíz de la implantación de la lucha integrada contra las plagas. El injerto es idóneo, sobre todo, para suelos ‘pobres’. Su utilización contribuye a fortalecer la planta y, además, evita los problemas de nematodos. Este último aspecto es es-

pecialmente relevante, ya que las incidencias surgidas como consecuencia de las enfermedades del suelo pueden llegar a mermar entre el 30% y el 40% de la producción.

Por otro lado, no es de extrañar que el uso del injerto haya

aumentado en el Levante provincial. Y es que esta técnica resiste mejor a los suelos salinizados, característica, esta última, que comparten todos los terrenos de cultivo del Levante y que, de hecho, le ha servido, y le sirve, para dotar a sus producciones de tomate de unas cualidades únicas.

Así las cosas, se podría decir que el uso del injerto supone una garantía clara para sacar adelante una plantación de tomate en lugares en los que, en principio, no sería nada fácil. Su empleo le confiere a la planta un mayor vigor y, como consecuencia, la dota de la fuerza suficiente para dar lugar a frutos de mayor calibre; dicho de otro modo, el uso del injerto en tomate contribuye a aumentar el calibre de sus frutos.

Poco a poco, esta técnica ha ido implantándose en el campo almeriense y todo apunta a que seguirá consolidándose.

Especial **El 2011 fue así...**

Conflictos, protestas y nuevas caras



■ Francisco Góngora, la gran esperanza de HORTYFRUTA



■ El campo clama una solución ante los bajos precios



■ Martín Berasategui y Rijk Zwaan, el tándem perfecto



■ El Ministerio de Agricultura renace de manos de Arias Cañete



■ La Balsa del Sapo vuelve a poner en jaque decenas de fincas



■ La bacteria 'E. coli', la mayor injusticia contra el campo

EN RESUMEN...

Un año señalado por la crisis de precios y las nuevas caras en el sector agrícola

EL CAMBIO DE DELEGADO DE AGRICULTURA EN ALMERÍA, LA ELECCION DEL NUEVO PRESIDENTE DE HORTYFRUTA O LA 'E.COLI', LOS TEMAS DESTACADOS

Elena Sánchez

Este año 2011 que acaba de terminar ha sido bastante complicado para el sector hortofrutícola almeriense. Y es que muchos han sido los sucesos acaecidos y que, en su mayoría, han impedido el buen hacer y el desarrollo de la agricultura provincial. Uno de los temas más destacados y que ha provocado que el campo vaya a marchas forzadas ha sido la crisis de la 'E. coli', cuando allá por el mes de mayo se alertaba de que productos almerienses contenían una bacteria que era perjudicial para la salud, cosa que después se aclaró y se demostró que no se trataba de productos procedentes de Almería. Este desencadenante provocó que los países demandantes se vieran reticentes a comprar producto de la provincia, lo que frenó la venta y, con ello, la retirada de una parte importante del género que en ese momento se encontraba en las fincas, así como también se vio mermada la rentabilidad del agricultor. Tras este acontecimiento, la Junta aseguró que cada agricultor perjudicado cobraría una indemnización por ello, y por el mes de agosto, la consejera de Agricultura comenzó a otorgar las primeras ayudas a los agricultores malparados.

Por otro lado, este año recién terminado también ha sido testigo de nuevos cambios en los distintos eslabones del sector agroalimentario. Por ejemplo, la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA) elegía a su nuevo presidente, Francisco Góngora, que ocupaba el lugar de Fulgencio Torres. La llegada de Góngora ha sido bien acogida por el sector agrícola almeriense y con el objetivo de que pueda aportar nuevos aires y mejores soluciones a los principales problemas del campo, como es la crisis de precios. Asimismo, otra persona que ocupaba nuevo cargo era José Antonio Salinas, catedrático de la Universidad de Almería y actual delegado de Agricultura de la provincia. El puesto lo ocupó debido a la destitución



Subvenciones .- La consejera de Agricultura, Clara Aguilera, entregó, en agosto, las primeras ayudas a los agricultores almerienses afectados por la crisis de la 'E. coli'.



Nuevos aires.- Francisco Góngora ha sido elegido, de forma unánime, el nuevo presidente de la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía.

de Juan Deus. Esta llegada también ha contado con la aprobación de gran parte del sector y la esperanza de que se pueda trabajar de manera conjunta para enderezar la situación actual de la agricultura de Almería.

Finalmente, en los últimos dos meses, la voz de las organizaciones agrarias ha sido más alta de lo acostumbrado y se han dado casos, como el de COAG-Almería, en el que la mayor parte de sus afiliados han salido a la calle, han provocado un paro agrario y han protestado por la crisis de precios en la que está inmersa la agricultura. De hecho, para ellos, una gran parte de la culpa la tienen las cadenas de distribución, por lo que se presentaron a las puertas de más de una de ellas para entregar escritos que demuestran los problemas del campo.



Cambio en Agricultura.- El catedrático de la Universidad de Almería, José Antonio Salinas, ha sido el encargado de sustituir a Juan Deus en la Delegación de Agricultura de Almería.



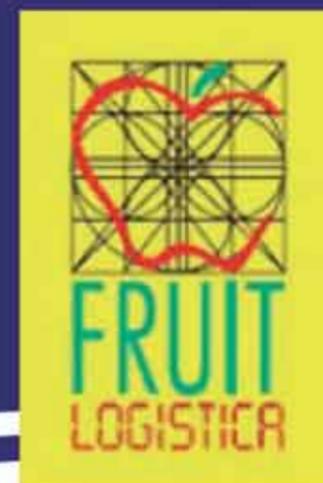
Concentraciones .- La organización agraria COAG provocó un paro agrario en diciembre para protestar por la situación de crisis de precios que están sufriendo los productores de la provincia.



A la basura.- La crisis de la 'E.coli', allá por el mes de mayo, perjudicó a todos los productos almerienses que en ese momento estaban en el mercado, provocando crisis de precios, escasez de demanda y eliminación de género.

Berlín

Fruit Logística



Del 8 al 10 de Febrero 2012

Almería - Berlín (Tegel) Salida 08.30 Horas

Berlín (Tegel) - Almería Salida 17.00 Horas



HotelNH 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. Plzas 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

EN IMÁGENES



Crisis de la 'E. coli'. Marcó la campaña de primavera, la consejera de Agricultura, Clara Aguilera, no dudó en consumir pepino, dejando claro que no tenía culpa.



Titularidad compartida para la mujer.- Por fin, tras años de lucha, las mujeres han conseguido contar igual que sus maridos en las fincas familiares, algo que se ha logrado gracias a su esfuerzo y tesón durante décadas y décadas.



La Junta aprobó ayudas para modernizar los invernaderos.- Las exigencias son elevadas y pocos agricultores se están beneficiando.



2011, año de comienzo de las obras de desagüe de la Balsa del Sapo.- Tras años de retraso y daños, la Administración las aprobó.



El manipulado recibe ayudas por la crisis de la 'E. coli'.- En noviembre llegaron las compensaciones para este sector agrícola.

EN IMÁGENES



Reunión con eurodiputados.- El responsable estatal de Frutas y Hortalizas de COAG, Andrés Góngora, se ha reunido en varias ocasiones con eurodiputados para pedirles que voten en contra del Acuerdo comercial entre la Unión Europea y Marruecos.



Los robos han sido también protagonistas.- A este agricultor le robaron miles de kilos de producto en su finca.



Más facturación.- El tecnómetro de TECNOVA certifica que el sector de la I+D+i facturó casi mil millones de euros en 2009.



Visita de la BBC a El Ejido.- La televisión británica realizó un reportaje sobre la agricultura provincial en la ciudad ejidense.



La madre de todas las ferias del sector.- Fruit Logistica congregó a empresarios almerienses, Junta y Ayuntamiento de El Ejido.



Compromiso del Gobierno de Zapatero.- La ex ministra del MARM, Rosa Aguilar, no dudó en visitar la provincia para conocer de primera mano qué problemas había causado la crisis de la 'E. coli' y trasladárselo a sus colegas en Bruselas.



Compromiso con el arreglo de las vías rurales de El Ejido.- El nuevo concejal de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente, Manuel Gómez Galera, está trabajando desde el primer día por encontrar las fórmulas que permitan mejorar el estado de los caminos del municipio.



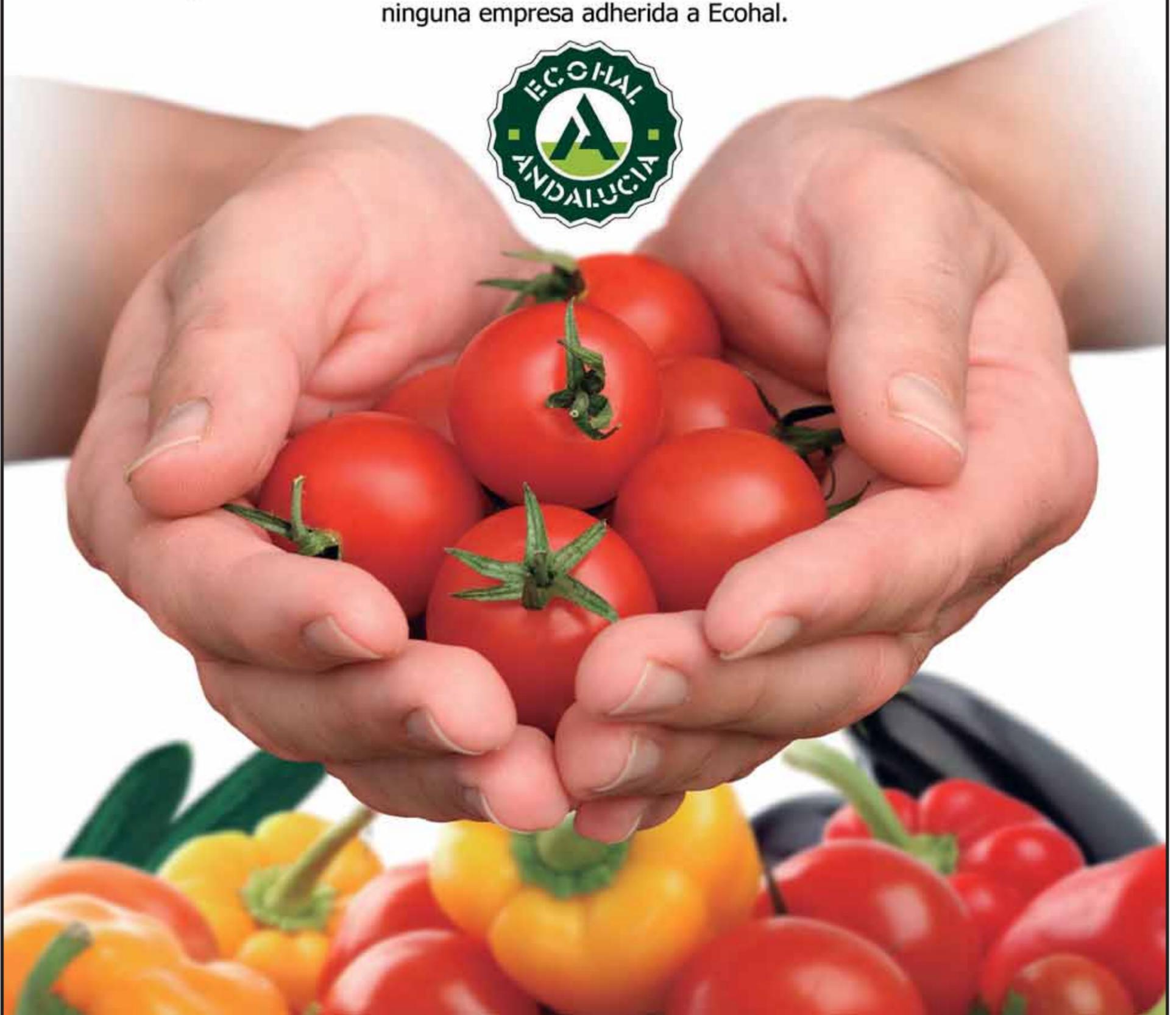
Una feria muy política.- La cercanía de las elecciones municipales provocó una oleada de visitas de políticos a la última edición de Expo Agro. A la inauguración no faltó Rosa Aguilar, José Antonio Griñán y la consejera Clara Aguilera.

El futuro está en nuestras manos

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

iAgricultor! 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.



Ganadería

SECTOR CÁRNICO

Andorra importa el 90 por ciento de los productos cárnicos de la provincia

EL MERCADO JAPONÉS COMPRA SEIS DE CADA DIEZ JAMONES QUE SE CURAN EN ALMERÍA Y CADA AÑO AUMENTA LAS ADQUISICIONES

■ **Rafa Villegas**

El sector cárnico de la provincia almeriense está logrando, cada día más, llegar a un mayor número de mercados. Prueba de ello es que según los datos oficiales de la Delegación de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía en la provincia almeriense, entre los meses de enero y septiembre pasados, ocho empresas del sector cárnico de Almería que comercializan sus productos en el extranjero han vendido en los mercados exteriores más de 44 toneladas de productos, un 25,7 por ciento más que en el mismo período del año pasado.

Estas ventas, en concreto, han



■ Cada vez demandan más jamón y embutido de cerdo. / FHALMERÍA

alcanzado un valor superior a los 290.000 euros, lo que ha supuesto un incremento del 35,13 por ciento con respecto al mismo período del año pasado.

En cuanto a los principales destinos de los productos cárnicos de

la provincia almeriense, cabe destacar, sobre todo, a Andorra. Y es que, este pequeño país vecino concentra más del 90 por ciento del valor de las ventas. De todos modos, la provincia también cuenta con otros clientes que cada día

confían más en sus productos cárnicos, como es el caso de los dominicanos, japoneses y, como no podía ser de otra manera, los chinos.

JAMÓN Y PALETA

Respecto al jamón y a la paleta, son, con más de 41 toneladas y un 26 por ciento más, los productos más destacados del sector cárnico. En conjunto han alcanzado una facturación de más de 263.000 euros, un 30 por ciento más que en los nueve primeros meses del año 2010. Una vez más, el principal destino de los jamones almerienses ha sido Andorra, que ha acaparado el 86 por ciento de las compras. Le ha seguido, de lejos, la República Dominicana, con casi el 8 por ciento. No obstante, desde la Delegación de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía en Almería han destacado la impor-

tancia creciente del mercado japonés que, como han explicado, “está ganando terreno y supone el 6,1 por ciento del total”.

Respecto a los embutidos, hasta el pasado mes de septiembre, las cuatro empresas del sector cárnico almeriense que exportan, vendieron fuera de España 830 kilos de transformados cárnicos, un 220 por ciento más que en el mismo período del ejercicio anterior. El valor alcanzado por los embutidos ascendió a casi 10.000 euros, lo que representa un incremento del 393 por ciento. Y es que, como han asegurado desde la Delegación, “en todo el año 2010, estas ventas no llegaron a los 5.000 euros”.

Cabe destacar, por otra parte, que Hong-Kong, en China, copa el 50 por ciento de las exportaciones de embutidos de la provincia de Almería. Esta antigua colonia británica ha comprado productos valorados en casi 5.000 euros. En cuanto a la otra mitad, concretamente algo más del 48 por ciento, ésta se vende en Andorra, y el resto en varios estados tanto dentro como fuera del Viejo Continente europeo.

Por lo tanto, el sector cárnico almeriense está encontrando en la internacionalización un aliado.

SUBIDA INSUFICIENTE

UPA denuncia el bajo precio de la leche en España respecto a Europa

■ **R. V. A.**

La organización agraria UPA denuncia que, pese a que en los últimos días se ha producido un incremento, los precios medios de la leche en España en octubre “siguen situándose por debajo de la media de la Unión Europea”. Y es que, la nacional se ha situado en 0,332 euros el kilo, la media de la UE en 0,348 y la de competidores directos como Francia y Alemania en 0,37 y 0,355 euros el kilo, respectivamente.

La mínima recuperación del precio se debe más, según ha explicado el secretario de Ganadería de UPA, Román Santalla, “al incremento de la materia grasa y proteica de la leche que al necesario aumento del precio base”.

Del mismo modo, no obstante, Santalla ha reconocido “el esfuerzo de algunos grupos industriales españoles que pagan los precios referenciados a Francia, actuando de forma no sólo más ética, sino más inteligente, porque la estrategia cortoplacista de la industria de importar más caro de Francia y Alemania, y mantener los precios bajos en España puede acabar con todo el sector a medio plazo”.

Aún así, UPA desconfía en que las industrias españolas vayan a subir el precio pagado a los ganaderos en este último trimestre ni tampoco en el primero de 2012, con lo que el diferencial con el precio medio comunitario seguirá aumentando.

UPA ha explicado que “todos los países productores de leche de la UE han subido los precios a los ganaderos por varios motivos: los incrementos de los costes de producción por las fuertes cotizaciones de los productos industriales y por el tirón de la exportación a países terceros”. La organización exige al Gobierno de Rajoy que apoye a los productores.

A AGRUPACIONES DE PRODUCTORES OVINOS Y CAPRINOS

El Gobierno aprueba el convenio regulador para conceder ayudas

■ **R. V. A.**

La evolución de los sectores ovino y caprino, así como los nuevos retos que han surgido tras el denominado chequeo médico de la Política Agraria Común (PAC), ha provocado que el Consejo de Ministros se haya decidido a modificar las bases reguladoras para la concesión de subvenciones a las agrupaciones de productores.

En concreto, el nuevo Real Decreto nace con el objetivo de clarificar y simplificar determinados requisitos recogidos en la anterior normativa con el fin de armonizar los criterios en la concesión de las ayudas a las agrupaciones de ovino y caprino entre las comunidades autónomas.

Del mismo modo, la norma



■ Ovejas. / FHALMERÍA

aprobada adapta específicamente a las características de la pro-

ducción lechera obtenida de cabras y ovejas las líneas de apoyo para 2012, mediante un nuevo régimen de ayudas que reemplaza y consolida el marco existente y que permite también un encaje más armónico con las principales líneas de acción contenidas en el Plan de Acción para la Leche de Cabra.

Aún así, el Real Decreto de 2008 continuará vigente para aquellas agrupaciones beneficiarias del mismo en ejercicios anteriores, que podrán acogerse a las mismas líneas para las que obtuvieron subvención, en cuyo caso, como no podía ser de otra manera, no podrán acogerse a las análogas que están previstas en el nuevo Real Decreto que ha aprobado el Consejo de Ministros.

MEJORA

La menor competencia duplica el precio del cordero y cabrito almerienses

LA RESTRICCIÓN POR PARTE DE LA UNIÓN EUROPEA DE LA ENTRADA DE PRODUCTO NEOZELANDÉS HA SIDO CLAVE PARA LA SUBIDA

■ Rafa Villegas

Si bien la cruz del sector ovino y caprino está siendo, sin lugar a dudas, el de leche, la cara este año, tras un ejercicio, el 2010, que llevó a ganaderos, incluso, a abandonar sus granjas, está siendo el de carne. Los precios del cabrito y del cordero son en estas fechas, cuanto menos, el doble de lo que lo eran la Navidad anterior.

Concretamente, la secretaria general de UPA-Almería, Francisca Iglesias, ha asegurado que “un cabrito de entre 8 y 9 kilogramos, que el año pasado se estaba vendiendo entre los 15 y, como mucho, 25-30 euros, ahora ronda los 45 euros”. Esa subida tan importante del precio también se ha producido con el cordero. Así, como ha continuado relatando Iglesias, “una pieza de unos 24 kilos no pasaba el año anterior de los 50 euros, sin embargo, ahora está cotizando a unos 100 euros, aproximadamente”.



■ Ovino de carne. / FHALMERÍA

El buen precio tanto del cordero como del cabrito se debe, principalmente, como ha explicado Francisca Iglesias, a que “existe un número considerable de ganaderos que abandonaron su profesión el año pasado. A ello se le une que con la crisis de 2010 sí conseguimos reuniones al más

alto nivel para exigirle a la Unión Europea que dejara de permitir las importaciones de estos productos cárnicos de países terceros”. Así, como ha concluido Iglesias, “la UE accedió, restringiendo la entrada de cordero procedente, sobre todo, de Nueva Zelanda y Australia, lo que ha con-

tribuido a que se recuperen los precios”.

Lo que continúa demasiado elevado, y no emprende una línea descendente, es el precio del pienso, si bien mientras el del cordero y el cabrito siga elevado no supone un serio problema. Si está siendo un grave lastre para los

Bruselas prevé una bajada de la producción de carne ovina

Según la previsión de la Comisión Europea (CE), la producción neta de carne de ovino y caprino se va a reducir en el ámbito territorial comunitario en un 2,4 por ciento en 2012. Concretamente, se quedará en 847.000 toneladas, lejos de las 861.000 que se registrarán este año, que ya significan un decremento, con respecto al año 2010 del 0,8 por ciento. Bruselas estima, asimismo, que importará 245.000 toneladas de ovino y caprino en 2012.

En cuanto al consumo, la Comisión Europea estima que se situará en poco más de dos kilogramos por persona en 2012. Se trata de una cifra muy similar a la registrada este año, pero inferior a los 2 kilos y 200 gramos de 2010.

productores de caprino y ovino de leche. Y es que, como ha lamentado la secretaria general de UPA-Almería, “lo que no puede ser es que cueste más un kilo de pienso que uno de leche”.

TAMBIÉN PARA LA MIEL ARTESANA

La Junta abre la puerta a la venta directa del queso de granja

■ R. V. A.

El presidente de la Junta de Andalucía, José Antonio Griñán, está presentando en diferentes puntos de la Comunidad Autónoma el Decreto de Artesanía Alimentaria. Gracias a esta normativa, la institución andaluza prevé que más de 6.000 pequeños productores de la región mejorarán su renta. El texto abre al sector artesanal, especialmente a los quesos de granja y la miel artesana las puertas de la venta directa y online.

El Decreto presenta un marco legal que ofrece a las explotaciones familiares más facilidades para mejorar sus expectativas de mercado, y les permite realizar la transformación de las



■ Caprino de leche. / FHALMERÍA

materias primas sin necesidad de intermediarios. Además, podrán beneficiarse las secciones de cooperativas agrarias que cumplan

con los requisitos establecidos y la repostería de convento, que cuenta con un reconocimiento espacial en la norma.

MODERNIZACIÓN

El MARM crea una Escuela de pastores en red para que transfieran conocimientos

■ R. V. A.

El Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) ha puesto en marcha una ‘Escuela de pastores en red’. Su objetivo principal pasa por que estos trabajadores del sector primario cuenten con una herramienta a escala nacional gracias a la cual puedan llevar a cabo transferencia de conocimientos en formación laboral, así como favorecer la innovación y profesionalización de esta actividad como instrumento a favor del empleo, la conservación del medio ambiente y la cultura rural.

Este proyecto, que ha sido presentado y coordinado por el Gru-

po de Desarrollo Rural Altiplano de Granada, cuenta con la colaboración de otros Grupos y Asociaciones como el Grupo de Acción Local CEDERCAM de Sierra de Segura, el de Campoo Los Valles, AIDER de Gran Canaria y el Grupo de Desarrollo rural Mendinet. El Marm aportará una subvención total de 1.895.140 euros, que se distribuirá en cuatro anualidades para el desarrollo de las actuaciones previstas en las comunidades autónomas de País Vasco, Castilla-La Mancha, Canarias, Cantabria y Andalucía.

Se prevé también la puesta en funcionamiento de una Web con una plataforma e-learning que facilite la formación online.

Universidad

FINCA EXPERIMENTAL

José Pérez, nuevo director del Patronato UAL-Anecoop

EL PROFESOR DE INGENIERÍA RURAL SUSTITUYE A JOSÉ ANTONIO SALINAS, ACTUAL DELEGADO DE AGRICULTURA Y PESCA

■ Elena Sánchez

El Patronato de la Fundación Finca Experimental UAL-Anecoop ha elegido a su nuevo director durante la última reunión, en la que también se informó de la auditoría de las cuentas anuales 2010/2011. En este sentido, José Pérez Alonso, profesor de Ingeniería Rural en la Escuela Superior de Ingeniería de la UAL, será el encargado de dirigir dicho Patronato a partir de ahora, sustituyendo a José Antonio Salinas, actual delegado provincial de Agricultura y Pesca. José Pérez actualmente desarrolla en la Fundación Anecoop estudios de prevención de riesgos laborales e integración de energías renovables en la construcción de invernaderos y tecnología de la producción agraria en zonas semiáridas.

Entre los objetivos de la Fundación UAL-Anecoop están estudiar los factores que influyen en las diversas tecnologías eco compatibles



■ Interior de la Finca Experimental UAL-Anecoop. / FHALMERIA

de producción vegetal con repercusión de la rentabilidad de las explotaciones, en la calidad integral de los productos y en la sostenibilidad del sistema; mejorar el nivel tecnológico de los productores mediante la transferencia de tecnología sostenible de alta eficiencia productiva; plantear y solucionar problemas relacionados con las políticas agroambientales y de seguridad alimentaria, orientadas a un desarrollo tecnológico sostenible; transferir y poner en valor los resultados científicos logrados por los grupos y departamentos de investigación que operan en la Fun-

dación y cooperar a nivel nacional e internacional en proyectos de desarrollo y actividades de formación relacionados con la agricultura, el medio ambiente y las energías renovables aplicadas a la agricultura.

Asimismo, un dato característico es que la Finca Experimental UAL-Anecoop recibió en la pasada campaña un total de 15 visitas, una de origen nacional y el resto de delegaciones internacionales. Las instalaciones han sido visitadas por profesores, estudiantes, empresarios, investigadores o productores.

NUEVOS AVANCES

Geresur convierte los residuos agrícolas en abono para suelos degradados

■ E. S. G.

La EBT almeriense Geresur ha diseñado un proceso para convertir los residuos agrícolas en abono para suelos degradados, con el fin de hacer frente a uno de los principales problemas que tiene cada año el campo y que no es otra cosa que la acumulación de restos orgánicos e inorgánicos procedentes de los invernaderos.

En este sentido, a través de una nota, la Fundación Descubre ha indicado que este nuevo proceso se basa en un procedimiento cíclico que permite alargar la vida de estos residuos de forma indefinida, ya que, tras ser sometidos a un tratamiento determinado, son recuperados para su utilización en zonas o suelos degradados.

PRIMERA FASE

En una primera fase, la segregación de los desechos se hace en origen, en el mismo momento de su recolección, lo que permite el tratamiento diferenciado de cada residuo en función del tipo de cultivo al que se destinará el nuevo abono. Además, desde la empresa almeriense han informado que

su traslado se realiza de manera inmediata para evitar que fermenten y creen un caldo de cultivo propicio para roedores e infestaciones no deseadas. La materia vegetal segregada o biomasa pasa a un reactor de fermentación, diferente en función del tipo de producción del que proceda. Asimismo, mezclado con otros subproductos y gracias a la acción enzimática de las bacterias se consigue un detritus, un humus bioactivo "cien por cien ecológico específico para cada cultivo debido a esa segregación en origen", aseguran desde la EBT.

Finalmente, según las experiencias piloto desarrolladas por el equipo de investigadores de Geresur, el producto obtenido se caracteriza por una estructura granulada y esponjosa capaz de retener hasta un 20 por ciento de humedad. De hecho, "esta propiedad física lo convierte no sólo en un abono orgánico de alta eficiencia, sino también en una herramienta esencial en la recuperación de suelos degradados debido a su aporte natural de microfauna". El producto final se comercializa a granel; en paquetes o sacos de diez kilos; o en forma líquida.

CURSO DE EXPERTOS EN AGRICULTURA INTENSIVA

Una delegación de la Oficina de Agricultura de Pekín visita la UAL

■ E. Sánchez

El director ejecutivo de la Oficina de Agricultura de Pekín, Roncai Ma, junto con un equipo de expertos pertenecientes a dicha oficina y los profesores Andrés García y Bienvenido Bárcena, ha visitado la Universidad de Almería con motivo del Curso de Expertos en Agricultura Intensiva para realizar una sesión de trabajo, así como visitar algunas instalaciones de la UAL. En este sentido, la delegación china fue recibida por el

rector de la Universidad, Pedro Molina, quien les agradeció la visita y les hizo entrega del 'Manifiesto de la Comunidad Científica en Apoyo del Modelo Productivo Agrícola Español de frutas y hortalizas'.

GESTIÓN DE RESIDUOS

Posteriormente, los representantes de la Oficina de Agricultura de Pekín visitaron las instalaciones del Laboratorio de Referencia Europea de la Universidad, mos-

trándose muy interesados, sobre todo, por los sistemas de control de residuos y, en general, por el sistema de trazabilidad de los productos almerienses.

De hecho, desde la Universidad de Almería han dado a conocer que mantienen vigente un convenio de colaboración con esta Oficina Técnica de Agricultura de la municipalidad de Pekín, llevándose a cabo contactos regulares para el desarrollo de actividades conjuntas que beneficien al sector agrícola.



■ Producción integrada de tomate. / FHALMERIA

i + D

MEDIANTE CRUZAMIENTO Y SELECCIÓN

IFAPA logra nuevas variedades de fresa que duran más tiempo sin perder su sabor ni su olor

SE TRATA DE AMIGA, AGUEDILLA, FUENTEPINA, SANTA CLARA Y FONTANILLA QUE PUEDEN TENER UNA DURACIÓN DE HASTA OCHO DÍAS

■ Elena Sánchez

Un grupo de investigadores del centro IFAPA han logrado, mediante cruzamiento y selección, cinco nuevas variedades de fresa que se adaptan a climas templados, pueden alargar su duración y mejoran su sabor, tamaño y textura. Se trata de Amiga, Aguedilla, Fuentepina, Santaclara y Fontanilla y para su consecución hacen falta un mínimo de siete años “y mucha suerte”, ha reconocido el director del centro IFAPA de Málaga, José Manuel López, quien ha comentado que este convenio surgió para sumar “de forma sinérgica” esfuerzos públicos y privados para tener variedades de fresa frente a la ingente oferta



■ Fresas expuestas en ediciones anteriores de Fruit Logística. / FHALMERÍA

extranjera que llegaba a España. Cada variedad de fresa debe experimentar siete fases en total: cruzamientos, selección individual, dos selecciones familiares, selección avanzada, ensayos de des-

arrollo comercial y un test para ser inscrita en el registro de variedades protegidas. A esto hay que sumarle procesos paralelos de multiplicación in vitro, multiplicación y almacenamiento en vivero, ca-

racterización de resistencias o tolerancia a las principales enfermedades de identificación molecular.

Por otro lado, desde IFAPA han informado que entre los descu-

brimientos más importantes de este grupo está la identificación molecular de las nuevas variedades de fresa mediante microsatélites, el perfeccionamiento del cultivo in vitro de los elementos de multiplicación y el estudio de genes que afectan a su maduración.

HASTA OCHO DÍAS

Además de estos beneficios, desde IFAPA han señalado que las nuevas variedades pueden durar hasta ocho días, cuando la vida normal de este producto es de cuatro o cinco días, y proporcionan el recambio varietal, es decir, que el mercado amplíe su radio geográfico de expansión.

El precio final que alcanza la fresa es otro de los aspectos que se verá mejorado tras esta investigación, ya que podrá paliarse la competencia exterior con la mayor calidad y duración en el mercado en fresco de estas variedades.

EN CARBONERAS

Científicos desarrollan un sistema de absorción de CO2 a través de microalgas

■ E. S. G.

La empresa española Endesa está desarrollando, a través de un proyecto de I+D+i, un sistema de absorción de CO2 con microalgas para reducir las emisiones de la industria y producir biocombustibles. Y es que las microalgas tienen muchas ventajas respecto a las plantas oleaginosas, ya que tienen una mayor capacidad de absorción de CO2, además no requiere de terrenos ni agua de calidad para su crecimiento, por lo que no consume recursos que pueden ser destinados a la agricultura.

El sistema experimental se está desarrollando en la planta piloto que la eléctrica ha instalado en su central de Carboneras. Uno de los as-

pectos más importantes de esta línea de investigación es su ciclo integral sostenible: la planta de microalgas se alimenta de los gases de combustión de la propia central.

El proyecto, denominado Valor CO2, pretende optimizar el crecimiento de las microalgas con nuevas estrategias de cultivo y desarrollar el concepto de biorefinería a partir de estos microorganismos, agua de mar y CO2 industrial como materias primas para producir biodiesel, biofertilizantes y otros productos. De hecho, el objetivo de los estudios que se están llevando a cabo es controlar parámetros como temperatura, nutrientes o concentración de gases para lograr más productividad.

SECTOR OLIVAR

Usar alperujo como abono ahorraría 60 millones al año

■ E. S. G.

Un estudio de la Universidad de Sevilla ha revelado que utilizar el alperujo que produce la industria aceitera como abono orgánico supondría un ahorro de 60 millones de euros al año para el sector olivarero. De hecho, según el Centro de Investigación, Tecnología e Innovación de la USE, en la extracción del aceite de oliva se obtiene este residuo, formado por la pulpa de la aceituna, el agua del fruto y el hueso triturado.

En un primer momento, el alperujo es muy contaminante, sin embargo, “una vez compostado puede ser utilizado como abono orgánico en agricultura eco-



■ Olivos. / FHALMERÍA

lógica o en mezcla con turba o fibra de coco, como sustrato en macetas para el cultivo sin sue-

lo”, señalan desde la Universidad. El alperujo presenta un aspecto similar al de una “papi-lla”, rica en nitrógeno, potasio y materia orgánica, pero también con un alto contenido en polifenoles, de conocido efecto fitotóxico, por lo que es imprescindible someterlo a un proceso de compostaje antes de su empleo en agricultura.

Asimismo, el catedrático de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica de Sevilla, Eusebio Carmona, ha explicado que el alperujo es el segundo residuo de origen agroindustrial más importante en Andalucía después del estiércol, que también se emplea como abono.

ACEITE DE OLIVA

Premian un estudio sobre los beneficios del cultivo ecológico

ELABORADO POR IFAPA, EL PROYECTO CONFIRMA QUE EL CULTIVO 'ECO' DEL ACEITE TIENE UN MAYOR VALOR NUTRICIONAL QUE EL CONVENCIONAL

■ Elena Sánchez

La Asociación Comité Andaluz de Agricultura Ecológica (CAAE) ha otorgado el Premio Andrés Núñez de Prado a la Investigación en Producción Ecológica a un estudio que demuestra la superioridad nutricional del aceite de oliva virgen ecológico sobre el convencional. El estudio, elaborado por la directora del centro IFAPA de Cabra, Brígida Jiménez, ha contado también con la participación de la Universidad de Granada, el Laboratorio Agroalimentario de Atarfe y las almazaras Cortijo Suerte Alta y Almazaras de la Subbética.



■ Producción de olivar . / FHALMERÍA

RESULTADOS

Los resultados de este proyecto confirman que el aceite de oliva virgen ecológico es mucho más nutritivo que el convencional, ya que en los aceites analizados, la cantidad de compuestos que aportan mayores beneficios para la salud es signifi-

cativamente mayor en los ecológicos que en los convencionales. Al respecto, la directora del IFAPA de Cabra ha explicado que “este trabajo ha sido fruto del esfuerzo, puesto que no hemos contado con apenas dinero para desarrollarlo. Así, el próximo objetivo es profundizar en el estudio para establecer si los resultados son similares en otras campañas y otras variedades de

aceituna”. El acto de entrega de premios se llevó a cabo el pasado 27 de noviembre en la Almazara Núñez de Prado de Baena, donde el equipo que ha elaborado el estudio “recibió el galardón con mucha ilusión. De hecho se trata de un reconocimiento más que importante puesto que apenas existen proyectos sobre los componentes menores del aceite ecológico”.

A PARTIR DE MICROALGAS

Phycoelementa inicia en Cuba la producción de biofertilizantes

■ E. S. G.

La empresa almeriense Phycoelementa iniciará en breve la producción, en Cuba, de biofertilizantes, un abono basado en la hidrólisis de la microalga ‘Spirulina’. En este sentido, la entidad ha acordado con la empresa cubana Genix la producción del biofertilizante biológico y orgánico ‘Mash’, que procederá del desdoblamiento de las moléculas de compuestos orgánicos por acción del agua. De hecho, este proyecto permitirá la experimentación y evolución de ‘Spirulina’ en un clima tropical.

Con todo ello, el objetivo es que la producción de dicho biofertilizante se realice en La Habana y su comercialización no sólo se



■ Phycoelementa y Genix.

centre en Cuba, sino que el producto pueda ser exportado a países vecinos del Caribe, América Central y Sudamérica para sus

plantaciones en invernaderos y de soja, frijoles y otros vegetales.

Igualmente, la empresa almeriense Phycoelementa proporcionará a la cubana Genix cobertura técnica al personal, así como todo el equipamiento necesario para garantizar la producción del biofertilizante a partir de la ‘Spirulina’, cuya prueba en laboratorio ha resultado ser un éxito”.

CUBA

Phycoelementa ha elegido Cuba para su proyecto empresarial porque la experiencia de sus científicos en el tratamiento de las microalgas es larga y fructífera, además de las posibilidades de comercialización que se ofrecen desde la isla.

CSIC

Hallan una nueva especie de parásito que ataca a las vides de Andalucía

■ E. S. G.

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, tiene un estilete o aguja para atravesar las células vegetales, además de una cola redondeada.

Además, este gusano se alimenta de la raíz de la vid durante cortos periodos de tiempo y puede aparecer en el suelo que rodea las raíces o anclado a ellas. Según el coordinador del estudio, Pablo Castillo, “las plantas de vid atacadas por este nuevo nemátodo fitoparásito no muestran ningún síntoma visible. De hecho, hemos encontrado tan pocos que, de momento no su-



■ Viñedos. / FHALMERÍA

ponen ningún riesgo para el cultivo”.

Para los científicos, el trabajo, que ha contado con la colaboración de Gracia Liébanas, de la Universidad de Jaén, demuestra “la extraordinaria y rica biodiversidad” de los nemátodos fitoparásitos en cultivos agrícolas y ambientales naturales en España.

CALIDAD Y SEGURIDAD

Un congreso impulsa la mejora continua de los laboratorios agroalimentarios

■ E. S. G.

El Congreso Virtual Iberoamericano sobre Gestión de Calidad en Laboratorios, desarrollado a través de Internet, ha concluido cumpliendo el objetivo marcado desde un principio que no era otro que impulsar la mejora continua de los laboratorios que han implantado sistemas de gestión de calidad y facilitar su interrelación con los diferentes sectores y operadores implicados, contribuyendo a la unificación de criterios, así como a la difusión de experiencias entre España y Latinoamérica.

El encargado de clausurar este Congreso ha sido el secretario general de Medio Rural, Eduardo Tamarit, quien ha subraya-

do el valor de la investigación de los laboratorios para mejorar la seguridad y la calidad de los productos agroalimentarios. Asimismo, ha hecho entrega de una mención honorífica a las tres comunicaciones más destacadas, ‘Muestreo de suelos para evaluar el contenido de nitrógeno en forma de nitratos. Variabilidad introducida por la muestra’; ‘Evaluación de la competencia de los analistas en un laboratorio de enseñanza de microbiología: aplicación del índice de dispersión de Poisson y el coeficiente de ajuste logarítmico equivalente’; y ‘Utilizando Google DOCS como herramienta para la búsqueda de satisfacción del cliente en un ambiente de laboratorio acreditado EM/ISO/EC 17025’.

Industria agraria

EL FUTURO

CT TECNOVA fomenta los ensayos de procesados

■ I. F. G.

El Centro Tecnológico de la Industria Auxiliar de la Agricultura-TECNOVA adquirirá una línea de ensayos de procesado de frutas y hortalizas. Para ello, el CT almeriense sacó a licitación a principios de diciembre su suministro, instalación y puesta en marcha. Según explicaron, esta nueva línea de ensayos "será destinada a fines de investigación, experimentación, estudio y desarrollo de nuevos productos hortofrutícolas procesados y mínimamente procesados en fresco".

El plazo para presentar solicitudes concluyó el pasado día 20, según indicaron desde el CT TECNOVA, desde donde apuntaron, además, que el plazo de ejecución del proyecto aprobado será de dos meses a partir del día siguiente a la firma del contrato. Con la puesta en marcha de esta nueva línea, el CT almeriense sigue investigando sobre las fórmulas necesarias para dotar de valor añadido a los productos hortofrutícolas almerienses.

CRECIMIENTO ECONÓMICO

El nuevo edificio del PITA abre sus puertas en enero

CON UNA INVERSIÓN DE 3'7 MILLONES, ESTA ESTRUCTURA ASPIRA A CONVERTIRSE EN "REFERENTE" DE UN CAMBIO PRODUCTIVO

■ Isabel Fernández

El edificio del Centro de Investigación y Transferencia de Tecnología del Parque Científico Tecnológico de Almería (PITA) abrirá sus puertas en el mes de enero. Así lo anunció la delegada del Gobierno en la provincia, Maribel Requena, en una visita a las obras, en la que estuvo acompañada por el delegado de Agricultura y Pesca, José Antonio Salinas, y la delegada de Economía, Innovación y Ciencia, Adriana Valverde. Según recordó Requena, el Gobierno andaluz ha destinado 3'7 millones de euros a este edificio central de la tecnópolis almeriense y que, a su juicio, "es prácticamente una realidad con la que el parque se afianza y consolida como referente de la transición de Almería a un modelo productivo basado en la innovación y el conocimiento". En este



■ Visita de Maribel Requena a las obras. / FHALMERIA

edificio se prestarán servicios generales a las entidades instaladas en el parque y, además, se acogerá a empresas y entidades relacionadas con la innovación y el desarrollo empresarial.

En este sentido, Requena insistió en el compromiso del Gobierno andaluz con el PITA, una puesta, según afirmó, "fundamental" del Ejecutivo autonómi-

co que, de hecho, ha respaldado su puesta en marcha con cerca de 15 millones de euros para inversiones como la sede científica, el edificio central o el nuevo Centro Tecnológico de la Industria Auxiliar de la Agricultura-TECNOVA. En esta línea, la delegada del Gobierno en la provincia afirmó que, con el PITA, "se refuerza significativamente la acti-

vidad económica de la provincia y la creación de empleo sobre las bases de la innovación, la transferencia del conocimiento y la excelencia ambiental".

SITUACIÓN ACTUAL

El PITA cuenta actualmente con dos enclaves: el propio parque y la sede científica, ubicada en el campus de la Universidad de Almería (UAL). La urbanización del parque y todas las infraestructuras necesarias para su puesta en marcha ya han finalizado; para ello, ha sido necesaria una inversión de unos 34 millones de euros y la eficacia de 368.000 metros cuadrados en parcelas para su venta. Asimismo, a las obras del Centro de Investigación y Transferencia de Tecnología a punto de concluir hay que sumar las del CT TECNOVA y las del Centro de Investigación de Laboratorio Analítico Bioclínico. Por último, en un futuro, el parque albergará un centro de servicios tecnológicos y avanzados que promoverá Cajamar.

El Parque Científico Tecnológico de Almería cuenta, además, desde julio de 2009, con una sede científica ubicada en la UAL y en la que, hasta la fecha, se han instalado 25 entidades: 17 empresas innovadoras y de base tecnológica, tres centros tecnológicos, cuatro entidades de apoyo al desarrollo empresarial y la propia entidad gestora del parque.

EN OCHO PROVINCIAS DE TODO EL PAÍS



Syngenta forma a más de 500 agricultores y técnicos

A lo largo de 2011, Syngenta ha organizado un total de nueve cursos de formación sobre calibración de equipos de aplicación de fitosanitarios dirigidos a agricultores y técnicos de todo el país. De este modo, entre mayo y octubre pasados, la multinacional impartió estos cursos en ocho provincias: Castellón, Zamora, Valencia, Pontevedra, To-

ledo, Badajoz, Granada, Sevilla y Almería, todas ellas lugares donde la agricultura y la gestión eficiente del agua son "conceptos clave", según afirmaron desde la empresa.

ledo, Badajoz, Granada, Sevilla y Almería, todas ellas lugares donde la agricultura y la gestión eficiente del agua son "conceptos clave", según afirmaron desde la empresa.

INNOVACIÓN PERMANENTE

Koppert mejora su colmena Natupol Invierno y la adapta a temperaturas más bajas

■ I. F. G.

Koppert España acaba de introducir una serie de mejoras a uno de sus productos estrella, la colmena Natupol Invierno, para mejorar sus prestaciones en condiciones de frío. De este modo, y según explicaron desde la empresa, el soporte de esta mejora es el nuevo sistema térmico en la base del nido, separándolo del recipiente del agua azucarada, donde, precisamente, se acumula el frío. Esto hace, tal y como indicaron desde la empresa, que "los abejorros tengan un menor gasto

energético" y, además, les permite realizar un "trabajo más eficiente".

Asimismo, Koppert ha aumentado el grosor de la lámina de algodón utilizado en el nido y, además, ha modificado su composición; gracias a estas mejoras, ha sido posible "originar una menor condensación dentro de la colmena y una mayor concentración térmica", favoreciendo, una vez más, el trabajo de los abejorros. Por último, su sistema de almacenaje de la sustancia azucarada debajo del nido facilita el inicio del trabajo de los abejorros.

IV y V gama

V GAMA

QDelicias se felicita por su gran éxito en Fruit Attration

LA LÍNEA DE V GAMA DE HORTOFRUTÍCOLA COSTA DE ALMERÍA SE AFIANZA ENTRE SUS CLIENTES Y LA EMPRESA YA PIENSA EN AMPLIARLA

Isabel Fernández

QDelicias, marca bajo la que se comercializa la producción de V gama de Hortofrutícola Costa de Almería, logró causar sensación durante la última edición de Fruit Attration. Así lo afirmó Luis Cañadas, adjunto de Gerencia de la empresa, que destacó “el interés que conseguimos atraer hacia nuestra marca QDelicias”. En este sentido, Cañadas explicó que “quienes tuvieron ocasión de probar nuestro producto nos dedicaron grandes elogios por la gran calidad alcanzada”.

El adjunto de Gerencia de la comercializadora almeriense comentó que “seguimos avanzando” en la introducción de este producto en los diferentes mercados y, de hecho, “estamos cada día más presentes en distintas cadenas de supermercados”. Pese a todo, reconoció que “siempre es difícil hacerse un sitio con un producto nuevo sin la potencia publicitaria de los grandes grupos”; sin embargo, “la calidad se hace su propio hueco en el mercado”, apostilló. Precisamente por ello, Cañadas apuntó que



■ Productos QDelicias en el stand de la empresa en Fruit Attration.

“nuestros clientes están cada día más satisfechos”. Una satisfacción que aumenta porque, además, “disponen de nuestra nueva gama para canal HORECA para poder llegar a los profesionales”.

MÁS PRODUCTOS

De momento, QDelicias está compuesta por distintos tipos de pimientos asados a tiras y en diferentes formatos, sin embargo, desde Hortofrutícola Costa de Alme-

ría insisten en que seguirán ampliando esta reciente línea de negocio con un único objetivo: “mejorar la renta de los agricultores”. De hecho, QDelicias hunde sus raíces, precisamente, en el afán de la empresa por “mejorar los precios del pimiento”; para ello, “pretendemos que lleve un valor añadido a la producción”. En esta línea continúan trabajando y, de hecho, ya preparan la introducción en el mercado de otras hortalizas procesadas.

NOVEDADES

Nueva gama de producto cortado de Primaflor

I. F. G.

Primaflor, empresa pionera en la provincia en el procesado de alimentos de IV gama, cuenta con una nueva gama de hortalizas cortadas que se ajusta, cómo no, a las demandas del consumidor actual. De este modo, ya en la pasada edición de Fruit Attration, en Ma-

dríd, la empresa almeriense presentó su tomate en rodajas, su pimiento rojo en juliana, pimiento verde también en juliana, una mezcla de ambos y, por último, calabacín en rodajas. A estas novedades, Primaflor sumó su nueva salsa de frambuesa.

Por otro lado, la empresa ubicada en Pulpí aprovechó la ocasión que ofrecía el evento madrileño para presentar su nueva imagen, que ahora agrupa tanto sus productos en fresco como su línea de ensaladas, hasta ahora conocida como ‘Baby fresh’. Del mismo modo, los elaborados de IV gama que comercializa la compañía también llegarán a manos del consumidor bajo este mismo nombre.

EN BUSCA DE NUEVOS MERCADOS



Alcaparras y Especies amplía negocio en República Checa

Alcaparras y Especies participó hasta el pasado 17 de diciembre en una acción promocional coordinada por EXTENDA en la República Checa y que tenía como

objetivo potenciar la presencia y el consumo de los alimentos andaluces en este país. La promoción se llevó a cabo en los supermercados Interspar.

www.fhalmería.com

Nueva imagen.
Más intuitivo, más completo, precios al día...
más interactivo

Paseo de las Lomas, 157, bajo. El Ejido - Almería. Tel 950 571346 / Fax 950 572146 / Email comercial@fhalmería.com

Legislación

INVERSIONES

Más de 3'7 millones para programas agroganaderos

■ I. F. G.

Andalucía recibirá más de 3'7 millones de euros para la reestructuración y reconversión del viñedo, programas agrícolas y ganaderos y otras líneas de actuación, en el marco de la última Conferencia Sectorial. En concreto, para el viñedo, la Comunidad Autónoma recibirá casi 3 millones de euros, mientras que, en el capítulo de programas agrícolas y ganaderos, Andalucía contará con poco más de 344.000 euros para la mejora del sector de frutos de cáscara y algarrobas. Asimismo, la Comunidad recibirá unos 149.000 euros para la lucha contra las plagas y casi 121.000 euros más para la puesta en marcha de programas de desarrollo rural. En total, en la última Conferencia Sectorial, el Estado distribuyó más de 74 millones de euros.

EN UNAS JORNADAS

España perderá 600 millones al año en pagos de la PAC

■ I. F. G.

España perderá más de 600 millones de euros al año sólo en pagos directos de salir adelante la propuesta de reforma de la Política Agraria Común (PAC) presentada por el comisario europeo de Agricultura, Dacian Cioloș. Así lo afirmó Gonzalo Velasco, director comercial de Koipesol Semillas, en unas jornadas celebradas en Sevilla sobre las nuevas tendencias del cultivo del girasol. En su opinión, las planteadas por el comisario comunitario "son propuestas tremendamente negativas, ya que estrangulan al profesional agrario, cargándole de burocracia, incrementando sus costes, exigiéndole prácticas que no deben cumplir sus competidores internacionales y limitándole su capacidad productiva".

DESDE 2007, LA INVERSIÓN HA ASCENDIDO A 125 MILLONES

La provincia invierte 1'7 millones en seguir impulsando el control integrado

LA JUNTA ENTREGÓ EN DICIEMBRE 658.000 EUROS EN AYUDAS A 29 AGRUPACIONES DE PRODUCCIÓN INTEGRADA DE ALMERÍA

■ Isabel Fernández

Veintinueve Agrupaciones de Producción Integrada (APIs) de la provincia han invertido 1'7 millones de euros en seguir potenciando este modelo de cultivo en Almería; para ello, han contado con el apoyo de la Junta de Andalucía, que en el mes de diciembre ha hecho entrega de ayudas por valor de 658.000 euros para este fin. El objetivo, una vez más, no es otro que mejorar la calidad de la producción de las frutas y hortalizas provinciales. Con esta aportación de la Administración andaluza, que supone el 40% de la inversión total, estas APIs podrán contratar servicios técnicos, realizar análisis agronómicos y controles por parte de entidades de certificación. Estas ayudas se enmarcan en el Programa de Desarrollo Rural 2007-2013.

Desde 2007 hasta el pasado año 2010, estas 29 APIs habían reci-



■ El delegado provincial, José Antonio Salinas, durante la entrega de las ayudas a las 29 APIs. / FHALMERÍA

do algo más de 2 millones de euros en ayudas para la mejora de la calidad de sus producciones. Una mejora que, según el delegado provincial de Agricultura y Pesca, José Antonio Salinas, encargado de entregar las subvenciones, ha sido posible "gracias al esfuerzo conjunto de los agricultores y de la Junta de Andalucía, que en estos cuatro años han invertido en torno a 125 millones de euros, de los que la

Consejería de Agricultura ha aportado unos 46, incluyendo las subvenciones del Programa de Insectos Vectores del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino".

NUEVO RÉCORD

Según las cifras manejadas por la Delegación Provincial del ramo, en esta campaña, Almería alcan-

zará las 22.000 hectáreas de cultivo con control integrado de plagas, alcanzando así un nuevo récord. Esto ha sido posible, como apuntaba Salinas, a la colaboración entre sector y Administración. Y es que, en tan sólo cinco años, según recuerdan desde la Delegación Provincial, Almería ha pasado de tener apenas 800 hectáreas cultivadas con control integrado a esas 22.000 esperadas este ejercicio.

RECIÉN APROBADO

Seis mil pequeños productores se beneficiarán del nuevo Decreto de Artesanía andaluz

■ I. F. G.

Más de 6.000 pequeños productores andaluces se beneficiarán del recién aprobado Decreto de Artesanía Alimentaria, que persigue mejorar sus rentas gracias a la ampliación de sus expectativas de mercado y de permitirles la transformación de las materias primas sin necesidad de intermediarios. A través de este nuevo decreto se pretende, además, dotar de un mayor valor añadido a los productos y, por tanto, a las empresas que los elaboran, potenciando así la competitividad de las explotaciones de pequeño tamaño frente a las grandes

cadena y promoviendo la fijación de la población a las zonas rurales.

Este decreto abre, además, las puertas de la venta directa a través de los canales cortos de comercialización como, por ejemplo, los mercados tradicionales o la venta online, donde se comercializan estos alimentos identificados con un distintivo específico: 'Artesanía Alimentaria'. Este sello avala, según explicaron desde la Administración andaluza, que "los productos que lo ostentan cumplen unos requisitos específicos de calidad y que tanto su elaboración artesanal como los demás procesos de la cadena de comercialización por los



■ El presidente andaluz y la consejera de Agricultura. / FHALMERÍA

que deben atravesar los alimentos hasta distribuirse respetan el medio ambiente".

Esta nueva regulación beneficiará, entre otras producciones, a las de quesos y cuajadas, postres

lácteos y yogures, mermeladas, avinagrados, salmueras, encurtidos y salados, miel y derivados, especias silvestres, frutas y vegetales, pescados, crustáceos y moluscos, entre otras.

Marketing

VENTAS ONLINE

El raf almeriense llega a todos los hogares a través de la web

COOPERATIVAS COMO CASI O FIRMAS COMO SOLORAF HAN INICIADO LA VENTA DE ESTE TOMATE GOURMET, QUE LLEGA A TODO EL PAÍS

Isabel Fernández

Ninguna navidad sería igual sin la presencia en las mesas de muchos hogares del tomate más exquisito, el raf. Por ello, las comercializadoras almerienses ya hace casi un mes que se pusieron manos a la obra para hacer llegar este producto sin igual a todos los puntos de la geografía española. De este modo, desde el inicio del mes de diciembre, comercializadoras como CASI o firmas como Soloraf abrieron las puertas de sus tiendas online para acercar un fruto tan especial a los consumidores.

La venta online permite que un producto tan característico de Almería sea reconocido y apreciado en distintos puntos de la geografía nacional. No en vano, y según reconocen desde las empresas que lo co-



Vista de la web www.rafdecasi.com.

mercializan, año tras año, reciben pedidos de puntos tan alejados como el Principado de Asturias, Galicia y, cómo no, Cataluña.

Evidentemente, y para aquellos que así lo prefieran, algunas de estas comercializadoras también ofrecen la posibilidad de la venta directa. Para ello, no hay más que acer-

carse, por ejemplo, a las instalaciones de CASI, en La Cañada. De este modo, y durante los próximos cuatro meses, aproximadamente, los amantes del tomate raf podrán degustar un producto de máxima calidad que, en ocasiones, incluso, recibirán en la propia puerta de sus casas gracias a las nuevas tecnologías.

INNOVACIÓN EN PRODUCTO

Castillo de Tabernas lanza su 'Año Nuevo' para 'dar más sabor' a esta Navidad

I. F. G.

La firma almeriense Castillo de Tabernas acaba de lanzar su aceite 'Año Nuevo', un virgen extra sin filtrar que estará a la venta sólo en Navidad y a principios del próximo 2012. Con la puesta en el mercado de este nuevo producto, según explicó Rafael Úbeda, presidente de Castillo de Tabernas, "hemos querido unir dos acontecimientos que se producen sólo una vez al año: por un lado, el inicio en noviembre de la extracción de la nueva cosecha de aceite y, por otro, la gastronomía especial de la Navidad, con comidas y productos de máxima calidad".

'Año Nuevo' es un aceite de oliva virgen extra sin filtrar o, lo que es lo mismo, "puro zumo de oliva 100% natural". De este modo, según explicaron desde la almazara almeriense, este aceite tiene el estado natural del zumo de las aceitunas tras su molturación, con un sabor muy afrutado y diferenciado, que se

mantiene desde diciembre a febrero. Este producto es fruto del coupage de las variedades Picual y Arbequina y su extracción se ha realizado a 20º, lo que le confiere un rendimiento muy bajo, apenas el 12%, pero le otorga una mayor calidad. 'Año Nuevo', según apuntaron desde Castillo de Tabernas, procede en su totalidad de plantaciones propias. Por último, comentaron que, teniendo en cuenta sus cualidades organolépticas, se recomienda su consumo en crudo.

'Año Nuevo' se presenta en una botella de 500 ml. de color verde, ilustrada con una etiqueta en la que aparece una flor de Pascua. Para este año, Castillo de Tabernas ha lanzado una edición limitada de sólo 15.000 botellas, que se pueden encontrar desde el pasado día 6 en las mejores tiendas, restaurantes y cafeterías, así como a través de la página web de la propia empresa. Castillo de Tabernas da, de este modo, un sabor muy especial a la Navidad de 2011.

VIII FIESTA DEL DEPORTE



El Agroponiente más solidario, de nuevo con ASPRODESA

Grupo Agroponiente colaboró un año más en la Fiesta del Deporte organizada por la Asociación de Personas con Discapacidad Inte-

lectual del Suroeste de Almería (ASPRODESA), que tuvo lugar en el núcleo ejidense de Santa María del Águila. La comercializa-

dora obsequió a los participantes con productos de la tierra y aprovechó para mostrar su satisfacción por esta continua colaboración.

EXTENDA

La aceituna de mesa de Andalucía se promociona en Rusia y Europa del Este

I. F. G.

La Consejería de Economía, Innovación y Ciencia, a través de la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (EXTENDA) promocionó la aceituna de mesa de la región en Rusia y países de la Europa del Este desde septiembre a noviembre pasados. Según explicaron desde EXTENDA, en un comunicado, las acciones promocionales se llevaron a cabo, en concreto, en supermercados de Rusia, Ucrania y Polonia y tenían el objetivo de "reforzar la presencia de este producto en un mercado de gran interés estratégico, debido a su potencial crecimiento".

En este sentido, explicaron que estas acciones se centraron en promociones en puntos de venta, eventos de relaciones públicas y acciones online; así, en total, se efectuaron más de 2.500 horas promocionales en 149 establecimientos de las principales ciudades rusas y más de 3.800 horas en más de cien tiendas polacas. Por último, en Ucrania, se contabilizaron más de 1.450 horas promocionales. Estas acciones se completaron con diversas muestras gastronómicas en los distintos países, como la protagonizada por el chef andaluz Enrique Sánchez ante numerosos medios de comunicación ucranianos.

Medio ambiente

DATOS DEL ÚLTIMO AÑO HIDROLÓGICO

Benínar aportó 30 hm³ de agua de riego al Campo de Dalías la pasada campaña

ESTA CIFRA MARCA UN NUEVO RÉCORD HISTÓRICO Y CONTRIBUYE A REDUCIR LA SOBREPLOTACIÓN DE ACUÍFEROS DE LA ZONA

■ Isabel Fernández

El embalse de Benínar suministró unos 30 hectómetros cúbicos (hm³) de agua de riego al Campo de Dalías durante el año hidrológico 2010-2011 (desde el 1 de octubre de 2010 al 30 de septiembre del año siguiente), marcando así un nuevo récord. Y es que, tal y como apuntaron desde la Delegación Provincial de Medio ambiente, esta cifra representa el mayor volumen histórico para regadío gestionado hasta la fecha, ya que la media de suministro del período comprendido entre los años 2003 y 2010 se situaba en 12 hm³. Este incremento considerable de las aportaciones para agua de riego supuso, asimismo, una gran contribución para mitigar la sobreexplotación de los acuíferos y mantener su calidad.

El dato fue aportado durante la última reunión celebrada en Almería de los comités de gestión de los sistemas de explotación hídrica de la provincia. Un encuentro que estuvo presidido por la delegada provincial de Medio Ambiente, Sonia Rodríguez, junto con la directora general de Infraestructuras y Explotación de Agua de la Consejería del ramo, Belén Gualda. Durante el encuentro se puso de manifiesto, además de la cifra récord alcanzada por el embalse de Benínar, que la Junta de Andalucía gestionó en ese mismo período el trasvase de más de 70 hm³ de agua a la provincia. Asimismo, las comarcas de Levante y el Almanzora registraron aportes históricos procedentes del Negratín y del Tajo-Segura.

En total, según apuntaron durante el encuentro de los comités, las comarcas del levante almeriense se han visto muy beneficiadas por la política de trasvases de la Junta. En concreto, el trasvase Negratín-Almanzora ha aportado el mayor volumen histórico desde su puesta en marcha, con unos 54 hm³ frente a una media anual de 34 hm³. A esto hay que sumar las aportaciones ex-



■ Vista general del embalse de Benínar. / FHALMERÍA

traordinarias procedentes de las fuertes lluvias de finales de 2010, que permitieron un desembalse adi-

cional desde el Negratín a los efectos de aumentar su seguridad. El acueducto Tajo-Segura, por su parte,

ha aportado unos 19 hm³ más con destino tanto a abastecimiento como para riego de los distintos cul-

tivos. Por otro lado, durante el encuentro, la delegada provincial de Medio Ambiente afirmó que, de cara al ejercicio de 2012, la Administración andaluza ha decidido prorrogar los cánones vigentes y las tarifas por la utilización del agua, por lo que, apostilló, “no se producirá incremento alguno durante el próximo año”. Esta medida responde a la “sensibilidad” del Gobierno andaluz ante la grave crisis económica que atraviesan los distintos sectores productivos y que, en caso de Almería, sobre todo, el campo.

Por último, Sonia Rodríguez insistió en que, gracias a la puesta en marcha de estructuras de desalación y depuración de aguas residuales, así como a la mejora y modernización de sistemas de riego, “se conseguirá el equilibrio del balance hídrico, poniendo fin al ancestral problema del déficit hídrico de la provincia de Almería, que lastraba sus perspectivas tanto económicas como poblacionales”.

Los embalses de la provincia se encuentran al 10% de su capacidad y suman 23 hm³

Los embalses de la provincia almeriense, el de Benínar y el de Cuevas del Almanzora, sumaban a mediados del mes de diciembre 23'32 hm³ de agua, lo que sitúa las reservas hídricas de la provincia en el 10'5%. Esta cifra de agua embalsa es ligeramente superior a la de hace un año, cuando ambos pantanos contaban con 21'8 hm³.

De este modo, el embalse de Benínar se encuentra por encima del 20% de su capacidad, con 12'57 hm³ de agua alma-



■ Agua para riego.

cenada. El de Cuevas, por su parte, está al 6'7%, con 10'75 hm³. En el caso de este último, esta cifra es superior a la de hace un año. Y es que este embalse, gracias a las aportaciones del Negratín, ha dejado de estar considerado un ‘embalse muerto’.

Este ligero aumento de las reservas hídricas con respecto al mismo período del año pasado responde al otoño algo más lluvioso de lo habitual que se ha vivido en la provincia almeriense en este 2011.

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

Gastronomía vegetal

RECETARIO DEL AYUNTAMIENTO DE EL EJIDO

Capricho ejidense

SE TRATA DE UN PLATO MUY SALUDABLE QUE COMBINA EL SABOR CARACTERÍSTICO DE LAS ANGULAS CON EL DULZOR DEL PIMIENTO

CÍA

Para empezar correctamente, en primer lugar se asan los pimientos en el fuego, se dejan sudar envueltos en papel de estraza y se pelan. A continuación, hay que pelar los ajos y cortarlos en finas láminas. El siguiente paso es picar la guindilla en varios trozos para ya poner el aceite de oliva en una sartén y freír los ajos y el picante.

Una vez fritos los cuatro dientes de ajo y la guindilla, se sacan los ingredientes y se reservan. En ese mismo aceite se ponen los pimientos abiertos en cuatro partes, se le añade sal y pimienta y se les pone agua. Es el momento de poner el fuego medio, así como mover de vez en cuando para que la

LA CESTA DE LA COMPRA

Para 4 personas

Pimientos rojos 2 grandes

Pimientos verdes 2 grandes

Angulas 250 gr.

Ajo 4 dientes

Guindilla 1 pieza

Aceite de oliva 100 ml.

Agua 100 ml.

Sal y pimienta

Perejil picado

salsa se ligue. Una vez que haya reducido la salsa se le aumenta la potencia al fuego, hasta el máximo, y se le añaden, finalmente, las angulas, que no necesitan mucho tiempo para estar en su punto. Se mueven unas cuantas veces y se le añaden los ajos y la guindilla que se había reservado en un principio.

Posteriormente, se emplata todo, siempre poniendo en cada uno dos



trozos de pimiento verde y dos del rojo, así como angulas por encima. En el caso de no disponer de an-

gulas, éstas se pueden sustituir por diversos sucedáneos que existen en el mercado. Para concluir, el último

paso de la receta consiste en salsear y añadir un poco de perejil finalmente picado.

ENTRANTE

Mousse de Pimientos Rojos con Queso y Caviar y Crujiente de Plátano Macho



Para empezar a elaborar esta receta de 'Mousse de pimientos rojos con queso y caviar y crujiente de plátano macho' se asan los pimientos, se les deja que suden, se pelan y se pican muy finos. A continuación, se monta la nata con el queso y se añaden los pimientos.

Posteriormente, hay que blanquear los plátanos, metiéndolos

en agua hirviendo un par de segundos, se pelan y se cortan en lonchas a lo largo, siempre lo más finas posible.

Luego hay que doblarlas en forma de lazo entrecruzado y sujetarlas con un palillo. Se frien en abundante aceite hasta que queden crujientes y se les retira el palillo.

El siguiente paso consiste en co-

LA CESTA DE LA COMPRA

Para 4 personas

Pimientos rojos 2 grandes

Queso de untar 100 gr.

Nata 50 gr.

Caviar 4 cucharadas

Endivias 8 hojas

Plátano muy grande 2 u.

Aceite de girasol 300 ml.

Canónigos 8 tallos

Brocheta grande 8 palillos

locar en el centro un trozo de endivia del extremo de la hoja, rellenar con la mousse de pimientos, colocar un poquito de caviar y un tallito de canónigo. Finalmente se sirve clavado en el palillo de brocheta largo y puesto sobre una superficie rígida.

Debido al precio del caviar, que no se caracteriza precisamente por ser bajo, siempre cabe la posibilidad de adquirir en el supermercado diferentes sucedáneos de otros peces que no son el esturión y que, lógicamente, presentan un precio mucho más asequible y menos prohibitivo.

DE PIMIENTOS TRICOLOR, ANCHOAS Y BOQUERONES

Tarrina Guardias Viejas



Una vez seleccionados los ingredientes, siempre con hortalizas del campo almeriense, para comenzar hay que asar los pimientos en el horno a 160° C de temperatura, dejarlos sudar y, finalmente, pelarlos. Posteriormente es el momento de colocarlos en un molde rectangular por capas de pimientos rojos, anchoas, pimientos amarillos, anchoas, pimientos rojos, boquerones y para acabar pimientos verdes.

A continuación, se aconseja prensar los pimientos levemente, desmoldar y cortar en cuadrados transversales a las capas, colocar las raciones en el plato, abrillantar con aceite de oliva y gotas de vinagre, sazonar y decorar.

Este plato se recomienda muy especialmente como entrante, bien cortado en cuadraditos y montado sobre costrón de pan tostado. En su defecto, en el Recetario del Ayuntamiento de El Ejido también da la posibilidad de presentarlo

LA CESTA DE LA COMPRA

Para 4 personas

Pimientos rojos 4 grandes

Pimientos verdes 4 grandes

Pimientos amarillos 4 grandes

Anchoas en lata 200 gr.

Boquerones en vinagre 200 gr.

Aceite de oliva

Vinagre

Sal y pimienta

como primer plato acompañado de salsa mahonesa.

Presenta una dificultad baja. Su precio tampoco es elevado y es asequible para todos los bolsillos. Del mismo modo, destaca por su colorido y buen sabor lo que hará que cualquiera pueda quedar como un buen anfitrión.

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 escaparato

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 al 10 de febrero



Del 8 al 10 de febrero recalca 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.



CASI

Este año como siempre...
CASI está contigo.

Feliz Navidad y
Próspero año nuevo



COOP. AGRICOLA SAN ISIDRO S.C.A. · Ctra. de Níjar/Los Partidores ·
04120 La Cañada · ALMERIA (Spain) · tel 950 626 007 · www.casi.es

CAMPAÑA
FINANCIADA CON
FONDOS DE LA U.E. 