

ES UNO DE LOS CIENTOS DE AGRICULTORES QUE AÑO TRAS AÑO TIENE PROBLEMAS PARA CONTINUAR

Ramón Berenguel: "Costes fijos en aumento y vender hortalizas según la suerte que tengas hundan al agricultor"

Una nueva campaña toca a su fin y los agricultores apenas celebran dos meses y medio de buenos precios. Los recursos económicos son escasos y en unas semanas se plantará el grueso de la cosecha de otoño, quienes puedan. Págs. 4 y 5



ESPECIAL **Semilleros y pepino** P. 17 a 32

ESPECIAL **Industria auxiliar y lucha integrada** P. 33 a 42

ACTUALIDAD

COAG denuncia un boicot a Almería con la venta de melones de países terceros P. 3

COMARCAS

Luis Planas da la cara y firma las obras de la Balsa del Sapo P. 13

Grupo Fashion colabora un año más con la Fundación Española del Corazón

Página 7

INDUSTRIA AUXILIAR

Cada agricultor necesita 20.000 euros por hectárea para iniciar la nueva cosecha P. 34 y 35

CARLOS PALOMAR

Entrevista con el director general de AEPLA P. 38

FORT-SOIL

¡Fortaleza desde la raíz!

- Aumenta el sistema radicular
- Aumenta la asimilación de nutrientes
- Previene enfermedades vasculares



grupo **agrotecnología**

www.agrotecnologia.net
Tel: (+34) 965 361 052

Nemat-X

Fuerte contra Nemátodos

Efectividad natural en cultivos afectados por nemátodos. Producto 100% de extractos vegetales con certificado ecológico Sohiscert.



Opinión

OPINIÓN

Las promociones de la gran distribución

■ José Antonio Gutiérrez Escobar



Durante estos días, algunas cadenas de distribución están comprando melones y sandías en el campo almeriense con el titulillo de 'es una promoción'. Eso significa que se ofrece un precio y, si quieres vender a ese precio, echas las sandías o los melones y si no, te quedas fuera. Lo que supuestamente es una acción de promoción para aumentar el consumo, se convierte en una maniobra para comprar barato y vender caro.

Al parecer, esto no es controlable por nadie y la operación sólo genera beneficios para las grandes cadenas de distribución.

Este trato descabellado de la gran distribución a productores y consumidores no parece estar reglado por nada en un sistema comercial de libre competencia. En cambio, el Tribunal de la Competencia sí actúa contundentemente contra aquéllos que hacen algún tipo de acción con el fin de evitar el abuso de las grandes cadenas. Este tribunal entiende que son maniobras para alterar el precio de las frutas y verduras, por lo que impone importantes multas a los productores y proveedores.

¿Por qué no se ha propuesto un análisis en profundidad de la situación y se estudian las prácticas de las grandes multinacionales de la alimentación? Muy posiblemente la respuesta esté en que las grandes cadenas de alimentación estén mucho más cerca del poder que los propios productores y consigan un trato de favor en determinados comportamientos, o simplemente consiguiendo que se haga la vista gorda a injusticias y desigualdades que se producen con suma facilidad.

La única forma de combatir el trato vejatorio de la gran distribución es establecer un orden en origen a fin de que las decisiones de gran calado vuelvan a estar en manos de quienes arriesgan su dinero para producir por ser el primer eslabón de una larga cadena.

En el negocio de la alimentación, lo mismo que en otros grandes negocios, si no hay un desorden establecido no hay oportunidades para los especuladores. Eso es lo que está pasando ahora, por lo tanto no podemos esperar

LA GRAN DISTRIBUCIÓN ORGANIZA 'PROMOCIONES' DE HORTALIZAS PARA COMPRARLAS BARATAS A LOS PRODUCTORES Y VENDERLAS CARAS A SUS CLIENTES HACIENDO UN GRAN NECOCIO

nada de las administraciones, no podemos esperar nada de los clientes y las organizaciones locales se ven desbordadas. Por otra parte, a los empresarios del sector les puede gustar más o menos verse sometidos al imperio de la gran distribución, pero con todo, ellos siguen ganando unas cantidades insultantes de dinero en la mayoría de los casos. Son los productores los únicos que deben imponer un orden, pero tienen en su contra que son el grupo más heterogéneo de todos cuantos componen el sistema de la agroalimentación.

Lo mismo que en el caso de las 'promociones de productos' hay otros muchísimos ejemplos en los que el pez grande se come al chico. Desde los inicios de la comercialización agraria en la provincia de Almería, se estableció un sistema de chalaneo basado en pedir precio por un mismo producto a diferentes empresas, para que en la puja terminase vendiéndose el producto a precio de ganga a la entidad importadora. Lo fácil que sería que se telefonaran el comercial de arriba con el de abajo y se pusieran de acuerdo para

ayudarse mutuamente. No digo establecer un sistema de precios regulado ni nada que se le parezca, simplemente cotejar que el cliente está jugando con ambos proveedores hasta conseguir el precio lo más bajo posible. Esto que acabo de decir es una verdadera aberración por mi parte. El gerente o el comercial se excusan diciendo que "hay que pujar por el cliente", cuando en realidad es el importador quien tiene que luchar por conseguir un buen proveedor.

Son muchos los 'esquirols' del campo almeriense que se prestan raudos a servir a un señor al que no conocen y que les llama por teléfono a diario para exprimirles todo lo que pueda mientras se dejen, en cambio, el de la empresa de al lado es el enemigo comercial al que hay que combatir para mantener a "ese cliente" que termina por quedarse con toda su sangre.

El capítulo de los profesionales cualificados de la comercialización en el campo almeriense deja mucho que desear. Si su sueldo dependiera de los resultados finales de los agricultores, muy posiblemente muy pocos de ellos

se mantendrían en la profesión. Es posible que la actual crisis económica mundial haga reflexionar a los grandes del sector y se decidan a actuar con honestidad y franqueza para ayudarse mutuamente y no basar el negocio en una pura mentira.

La banca ha cubierto, desde que el sector existe, todos los agujeros que ha dejado una mala gestión comercial, pero ahora sabemos que los bancos de este país no están para echar una mano a nadie, sino todo lo contrario, que le echen una mano para poder salir de tanta toxicidad financiera.

Se esperan tiempos de reajuste en el sector y muchas de las empresas comercializadoras se van a ver abocadas al rescate por parte de otras que sí funcionan mejor. Los que no saben defender los intereses de sus agricultores no van a tener oportunidad de seguir en el negocio, nadie les va a ayudar.

A partir de ahora todo van a ser exigencias y quien no esté preparado no va a poder salir adelante. A ver si es posible que con semejante panorama se produzca una limpieza profunda de quienes no saben ver el negocio de las hortalizas, situando entre los enemigos al colega vecino que tiene los mismos problemas.

Los agricultores avisan: "otro año como este no aguantamos".

La banca tiene las cosas claras: aquello que no sea negocio no interesa.

La gran distribución no se siente culpable de anda y su labor es ganar dinero a costa de quien sea y como sea. Todo esto va a dar como resultado una selección natural de los mejores y los mejores serán aquéllos que consigan mantener una rentabilidad mínima para los productores, de quienes también dependen para poder seguir vivos en el negocio de la comercialización.



Edita: CIA, S.L.

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: Isabel Fernández González, Elena Sánchez García, 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.fhalmeria.es
Dirección: Paseo de Las Lomas, 157 - bajo. 04700 EL EJIDO (Almería). Telfs: 950 57 13 46 y 628 08 02 60.

Actualidad

EN SUPERMERCADOS DIA

COAG denuncia un boicot a Almería con la venta de melones de terceros países

LA ORGANIZACIÓN AGRARIA CONSIDERA UNA "INMENSA DESFACHATEZ" QUE SUPERMERCADOS COMO DIA VENDAN PRODUCTOS PROCEDENTES DE SENEGAL

■ Elena Sánchez

La organización agraria COAG Almería se ha mostrado totalmente en contra de que, en plena campaña de recolección de sandía y melón, aquellos establecimientos "conocidos como discount continúan puenteando nuestro sector al vender productos de terceros países que, ni por asomo, asemejan su calidad a los cultivados en la provincia". A finales de mayo, COAG Almería recibió la denuncia de un agricultor que aseguraba haber visto cómo en el supermercado DIA se estaban vendiendo melones procedentes de países terceros. Ante esta información, miembros de la organización agraria se desplazaron hasta DIA, donde pudieron comprobar este hecho. Por ello, COAG Almería considera "una auténtica desfachatez que supermercados de este tipo estén vendiendo melones de la variedad piel de sapo procedentes de Senegal, tal y como indica en el propio etiquetado".



■ Foto tomada por COAG de los melones piel de sapo. / COAG-ALMERIA

Pero, además, la organización agraria ha corroborado que en la etiqueta de precio colocada en el lineal aparecía como procedencia Brasil, mientras que, en el etiquetado del propio melón, su procedencia corresponde a Senegal. "Nuevamente se confunde al consumidor con etiquetados poco claros. La Administración debe ser contundente para controlar y sancionar este tipo de prácticas". Por este motivo, COAG recuerda la importancia que

tiene que los consumidores exijan un etiquetado claro y opten por comprar productos de la tierra que son los que les ofrecen garantía de calidad. "Nuestros productos cumplen todas las normativas exigidas y consumir frutas y hortalizas almerienses es sinónimo de bienestar y salud en todo el mundo".

REACCIONES DE DIA

Tras las acusaciones realizadas por la organización agraria COAG Almería, el Grupo DIA quiso aclarar varios puntos, asegurando que la campaña de melón comienza por estas fechas en España y DIA "está incluyendo melones de Almería y Murcia entre sus productos a la venta". Además, explica que "el pro-

veedor de melones de DIA es una compañía española y que cuando no es temporada de melones en España, y con el fin de ofrecer servicio a los clientes que demanden este producto, el proveedor importa melones de otras zonas en las que sí son estacionales en ese momento".

Sin embargo, COAG se mostró indignada ante estas declaraciones, ya que "nosotros mismos hemos podido comprobar directamente en el lineal del supermercado que los melones son procedentes de Senegal y no de Almería o Murcia. Los responsables del Grupo DIA quieren hacernos tontos". En lo que sí está de acuerdo la organización agraria es en que "cuando no hay de un producto en España se recurre a países terceros para dar servicio al consumidor, pero no podemos consentir que, en plena campaña de recolección de melones en nuestra provincia, el producto proceda de Brasil o Senegal". Finalmente, han recordado a DIA que "los consumidores que compran en sus establecimientos viven directa o indirectamente de la agricultura almeriense".

Aconsejan evitar la compra en el mercado libre

Otro de los motivos que están hundiendo los precios es la estrategia de aquéllos que se dedican a la compra de sandía de

mercado libre. Según la organización agraria COAG, la maniobra de estos compradores pasa por crear desconfianza entre los agricultores 'vendiendo' que el precio que les ofrecen es más alto que el que van a recibir en las comercializadoras, por lo que los productores que no quieren perder toda la inversión ceden a una situación que está

provocando la caída de las cotizaciones.

En este sentido, COAG Almería recuerda a los agricultores que "no se puede vender a la desesperada porque esa situación propicia mayor incertidumbre y desconfianza en el mercado, lo que conlleva la caída injustificada de los precios de nuestros productos".

www.medhermes.net | **MedHermes**
SIEMBRA TU ÉXITO

UN DÍA A PIE DE CAMPO

“Los agricultores nos hundimos por los altos costes y un erróneo sistema de venta”



■ Ramón Berenguel ya está preparando la próxima campaña, en la que volverá a apostar por el cultivo de calabacín. /FHALMERÍA

RAMÓN BERENGUEL ES UN AGRICULTOR DE CALABACÍN QUE ASEGURA QUE EL CAMPO NECESITA MÁS UNIÓN Y UN ÓPTIMO SISTEMA DE VENTA PARA LOGRAR MEJORES PRECIOS

■ Elena Sánchez

Ramón Berenguel es un agricultor de calabacín que lleva casi diez años trabajando de forma individual, pero las dos últimas campañas son las que “peor se están desarrollando para mí, porque los costes de producción ya se están haciendo insostenibles en muchos momentos de la campaña”, asegura. De hecho se muestra algo cansado con la situación, ya que “nosotros tenemos cada día más gastos, pero los precios que recibimos por nuestros productos son más bajos y esto no nos permite afrontar la campaña con tranquilidad”. Para

este agricultor, las cosas que se están haciendo en el sector “no se están haciendo bien, porque cada uno va a su interés y a obtener el máximo beneficio, y lo que tendría que hacerse realmente es pensar en el sector y que hubiera más unión tanto a la hora de la venta como en la lucha por lo que nos beneficie a todos”.

El tema de precios es uno de los más nombrados por Ramón Berenguel, ya que “lo que no se puede permitir es que yo esté cobrando 20-30 céntimos de euro por mi género y luego el consumidor lo tenga que comprar por dos o tres euros porque, al final, el que produce no va a salir adelante y el que consume no va a comprar porque las hortalizas se están convirtiendo en productos de lujo”. Por ello, este agricultor cree que “debería de fomentarse más el consumo de frutas y hortalizas y, para ello, hay que bajar el precio en destino”.

Relacionado con lo que el agricultor recibe por su producto está también la planificación de la campaña por parte del sector. En este aspecto, Ramón Berenguel está de acuerdo en que, “al principio de

cada campaña, tendríamos que tener una planificación, en la que se estableciera el número de kilos que hacen falta por producto y que la siembra fuera de forma escalonada para no tener problemas a la hora

de la venta durante el año. También creo que debería de existir una única vía de venta por producto y así, seguro, se regularían los precios”. Asimismo, cree que los sistemas de venta actuales “no son buenos” y

“Nos exigen cada vez más, pero no nos recompensan”

■ E. S. G.

En los últimos años, los agricultores están pasando por malos momentos, ya que “nos cuesta el dinero sembrar debido a que los beneficios finales que obtenemos no nos cubren los costes”, asegura Ramón. Y es que, este agricultor denuncia el hecho de que “a nosotros cada vez nos exigen más cosas, siempre estamos al día de las demandas de los mercados, pero luego nuestro producto sigue valiendo muy poco”. Además, una de las cosas que no entiende es que “sabiendo todo el mundo cómo está el sector y lo que nos cuesta pasar las campañas, luego además nos dicen que mejoremos estructuras, que invirtamos en nuevas tecnologías, etc. Cómo lo vamos a hacer si no tenemos ni para vivir”.

UN SOLO OBJETIVO

“Las organizaciones agrarias deberían estar unidas y centrarse en el bien de la agricultura”

■ E. S. G.

“Yo no pertenezco a ninguna organización agraria porque me parece que cada una se deja llevar por su interés político”. Ramón está convencido de que las organizaciones agrarias que operan en la provincia de Almería podrían “hacer más de

lo que hacen por el sector. Yo creo que hay poca unión entre unas y otras y lo que deberían de hacer es dejarse de historias y unirse para cumplir un único objetivo y que no es otro que luchar por los beneficios de nuestra agricultura”. Este agricultor tiene claro que “aquí todos estamos en el mismo bar-

co y más nos vale remar cada uno de nosotros para el mismo lado”. Los sindicatos, según Ramón, “cuando hay alguna huelga, calientan mucho a la gente, pero después, de golpe y porrazo, frenan las propuestas que habían hecho y no sabemos por qué, supongo que será por intereses de ellos”.

UN DÍA A PIE DE CAMPO

la solución sería dejar “dos o tres subastas que vendieran a la misma hora para evitar compadros y luego, el que quiera producto, que lo pague como se debe”.

MENOS RENTABILIDAD

En el caso de este agricultor, su rentabilidad está bajando cada año porque insumos como el plástico, la semilla, los insectos auxiliares o la mano de obra están cada vez más caros y la calidad no es tan buena, en el caso del plástico. A mí se me van más de 30.000 euros en una campaña de calabacín, de los cuales, 22.000 euros se me van sólo en jornales”. Al respecto, Berenguel se muestra en contra, ya que “el Gobierno cada vez nos sube más los impuestos, es decir, por cada persona que damos de alta, pagamos más”.

Finalmente, Ramón Berenguel ha pedido que se regulen los precios de sus productos y, a partir de ahí, “nosotros podremos seguir avanzando en este sector. No nos pueden pedir que mejoremos las estructuras del invernadero o que invirtamos en nuevas tecnologías cuando hay campañas en las que se nos hace muy complicado obtener el dinero para sembrar”.



■ En estas fechas, la finca se está poniendo a punto para un nuevo año.

“Los políticos no hacen nada por el sector”

Ramón no es un agricultor que se meta mucho en política, sin embargo, está de acuerdo y él mismo ve que “los políticos no están haciendo nada por nuestro sector. Lo que tendrían que lograr es que nuestros productos

valgan más de lo que valen, ya que si a nosotros nos cuesta mucho el hecho de producirlos, el precio que recibimos por ellos debería de ser mayor”. Además, no está de acuerdo con las ayudas que ofrecen tanto el Gobierno como la Comunidad Autónoma, puesto que “son ayudas que, al final, ven unos pocos y no ayudan realmente a sanar el sector ni a que los agricultores sigamos hacia adelante”.

OPINIÓN

Los agricultores, con la confianza perdida

Elena Sánchez

El agricultor ya no tiene confianza en ningún eslabón del sector como para seguir sembrando cada año. Los precios no responden al duro trabajo que realizan cada campaña y el esfuerzo inmenso que hacen por que su producto sea el de mayor calidad del mercado no se ve recompensado en las subastas. Esto, a la larga, hace que tires todo por la borda y no encuentres motivo por el que mantener la finca. Muchos de ellos ya han dado el paso y han tenido que vender, de mala manera, su invernadero para dedicarse a otra cosa, si es que pueden; pero la mayoría, para colmo, tiene que aguantar porque la agricultura es su vida y es con lo único que saben ganarse el pan de cada día.

Está claro que la solución pasa por que el Gobierno se dé cuenta, de una vez por todas, que los diferenciales desorbitados de los productos entre origen y destino deben desaparecer, que lo que están haciendo es cargándose el sistema y ni el agricultor puede producir ni el consumidor puede comprar porque no se puede permitir el lujo de gastarse seis o siete euros en un kilo de pimientos, por ejemplo. Basta ya de mirar cada uno para sí mismo y buscar su propio beneficio y mirar hacia un único objetivo, que es el de trabajar por el bien de la agricultura que, al fin y al cabo, es un sector que da de comer a miles de familias, no sólo de la provincia almeriense, sino de toda España.

La mejor selección para el mercado europeo

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

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

Logos: International food standard, IFS, SGS, European of excellence.

PRECIOS

PEPINO MANTIENE

El precio del pepino en las últimas semanas está variando bastante. De hecho, el que más ha notado ese cambio es el pepino francés, que ha descendido de cotización hasta quedarse en los 16 céntimos de euro el kilo. Por su parte, el francés es el que mejor se está comportando estos últimos días, ya que registra precios que rozan los 30 céntimos de euro.

TOMATE BAJA

Este producto está padeciendo fuertes bajadas en los precios en todos los tipos. Así, el peor colocado es el tomate pera, que no logra superar los 20 céntimos de euro, mientras que el liso maduro roza los 25 céntimos. El ensalada llega hasta los 30 céntimos el kilo y el más cotizado es el liso de primera, que llega a los 45 céntimos.



■ Tomates. / FHALMERÍA

JUDÍA SUBE

Esta hortaliza está demostrando buenos precios en las últimas semanas. La mejor situada es la judía perona larga, que supera los 2,30 euros el kilo, seguida de la strike, que roza los 1,50 euros. Más abajo se encuentra la perona roja, que se queda en los 1,20 euros.

BERENJENA BAJA

Tanto la berenjena redonda como la larga no están pasando por un buen momento. En este sentido, cabe destacar que la redonda está teniendo una media de 24 céntimos de euro el kilo, mientras que la berenjena larga no supera los 30 céntimos de euro como media obtenida en las pizarras.

CALABACÍN SUBE

Mejores precios para el calabacín en este último mes en comparación en el anterior. La nueva cosecha y la mayor demanda han mejorado algo la cotización de esta hortaliza. De hecho, tanto el calabacín convencional como el gordo tienen una media en las pizarras que roza los 40 céntimos de euro el kilo.

BERENJENA**Registra una diferencia del 583% del campo a la mesa**

■ E. S. G.

■ Berenjenas. / FHALMERÍA

La berenjena es una de las hortalizas que más notó el pasado mes de mayo la diferencia entre el precio que recibe el agricultor por su producto y el que paga el consumidor por consumirlo. De hecho, según los datos del IPOD de mayo realizado por COAG, UCE y CE-ACCU, en ese mes, la berenjena se pagaba al agricultor a 0,23 euros el kilo, mientras que, en los mercados, el consumidor tenía que pagar 1,57 euros por kilo, en total, una diferencia del 583 por ciento. Datos similares son los que registra el pepino, la segunda hortaliza que está llegando a márgenes disparatados. Según el IPOD, el agricultor de pepino, en el mes de

mayo, recibió 0,21 euros por kilo de producto, un precio más que bajo y con el que el productor no puede hacer frente ni siquiera a los costes de producción. Mientras tanto, en el lado opuesto, el consumidor tuvo que pagar por cada kilo de pepino alrededor de 1,42 euros, lo que lleva a observar que la diferencia entre origen y destino es del 576 por ciento. Detrás de estos productos se encuentra el tomate ensalada, con un diferencial del 400%; el pimiento verde, con un 336%; el pimiento rojo, con un 226%; la sandía, con un 500%; y el melón, con un 280% de diferencia entre el precio de origen y el de destino.

FRUTA DE VERANO**El melón amarillo no supera los 10 céntimos de euro el kilo estos días**

■ Comercialización de melón amarillo en la provincia almeriense. / FHALMERÍA

■ I. Fernández

El melón amarillo está descendiendo de precio estos últimos días después de que fuera, si cabe, el tipo de melón que mejores cotizaciones estaba alcanzando semanas anteriores. De hecho, y sin ir más lejos, ha pasado de venderse de media a unos 0'40 euros el kilo en las distintas subastas de la provincia a 0'12 euros el kilo en los últimos días. Parece ser que los buenos precios de antes estaban presentes, entre otras cosas, por el escaso volumen ofertado y la buena aceptación del producto. Y es que, además, según la Junta, también había que tener en cuenta que el melón amarillo, a

diferencia de los demás tipos, es un fruto más sujeto a planificaciones y pedidos concretos; es decir, prácticamente todas las hectáreas que se cultivan en la provincia se incluyen en los programas que las distintas comercializadoras puedan tener con sus clientes habituales, con lo cual, esto también contribuye a mantener una mejor cotización. Sin embargo, parece ser que la demanda ha escaseado estos días y la oferta es mayor, por lo que el precio ha descendido.

El melón galia, por su parte, ha caído de precio de forma considerable con respecto a las últimas semanas, cuando se vendía cerca de los 0'25 euros, y ahora está co-

tizando a unos 0'06 euros el kilo. Mientras, el melón piel de sapo oscila, de media, entre los 0'35 y los 0'40 euros.

PIEL DE SAPO

En el caso del melón piel de sapo, tal y como recoge un informe de la Administración andaluza, la campaña ha llegado ya a su ecuador; sin embargo, en el caso del galia, el ejercicio está ya entrando en su fase de descenso. En general, según estas estimaciones de la Administración, "la campaña de melón se encuentra bastante avanzada" y, de hecho, "la producción comercializada hasta la fecha se sitúa por encima del 65%".

SUBIDA**El pimiento lamuyo rojo cierra la primera quincena de junio rozando el euro**

■ E. Sánchez

La primera quincena de junio ya se queda atrás y con ella una buena noticia, el incremento de precio del pimiento lamuyo rojo, que está rozando el euro de media en la mayoría de las pizarras de la provincia almeriense. El incremento de la demanda en el mercado nacional ha provocado esta mejoría y se espera que se mantenga así algunos días más. Por su parte, el lamuyo verde,

aunque su cotización es buena, es cierto que ha bajado algo en las últimas semanas hasta llegar a los 65 céntimos de euro el kilo, aún así, un precio aceptable para su demanda.

El resto de pimientos tienen peores precios, por ejemplo, los italianos, ya que el verde está sobre los 30 céntimos, pero el rojo no supera los 5 céntimos el kilo. Mientras, el California verde está algo mejor, ya que tiene una media de 45 céntimos de euro.

POR UNA ALIMENTACION SALUDABLE

Grupo Fashion colabora un año más con la Fundación Española del Corazón

■ Isabel Fernández

La Asociación Grupo Fashion (AGF) ha firmado por segundo año consecutivo el acuerdo para formar parte del programa de participación empresarial de la Fundación Española del Corazón (FEC), renovando, de este modo, su compromiso con la salud. Así, y tal y como explica José Cárdenas, director general de AGF, la Asociación responde, además, a “nuestra preocupación constante por cubrir las necesidades de nuestros consumidores”.

Y es que la sandía fashion “es un alimento aliado con la salud” y, de hecho, se trata de un producto rico en vitaminas A, B1, B2, B3, calcio y fósforo, con un alto nivel de licopeno, que tiene propiedades antioxidantes y dota a la san-

día de propiedades preventivas de enfermedades. Por si todo esto fuese poco, el consumo de sandía fashion también resulta beneficioso para el sistema circulatorio, ya que contiene citrulina, una sustancia que produce un relajamiento de los vasos capilares. La citrulina es convertida por el metabolismo en un aminoácido esencial llamado arginina, que produce efectos beneficiosos en el corazón, el aparato circulatorio y en el sistema inmunitario. Asimismo, tiene un efecto cicatrizante.

Por todo ello, Cárdenas afirma que “el contenido presente en fashion tanto de licopeno como de citrulina la convierten en un alimento ideal para la prevención de enfermedades cardiovasculares”, algo que, continuó, “estará avalado por la FEC y presente en la

identificación del producto, con el mensaje en todas nuestras sandías: ‘Por un corazón sano’”.

Teniendo todo esto en cuenta, no es de extrañar que AGF haya querido renovar, un año más, su compromiso con la FEC que, a través de su Programa de Alimentación y Salud, apoya estos beneficios, y, de hecho, recomienda el consumo de frutas y reconoce que el contenido en citrulina y licopeno de la sandía, en el contexto de una dieta equilibrada y la práctica de ejercicio, contribuye a mejorar la salud cardiovascular.

La FEC trabaja para difundir entre la población los hábitos de vida saludables y la prevención de enfermedades cardiovasculares, fomentando, entre otras cosas, hábitos alimenticios que permiten reducir el riesgo de enfermedades



■ Los presidentes de FEC y AGF.

de corazón. Todo esto, junto con el creciente interés de los consumidores por una alimentación cardiosaludable, ha contribuido a que desde AGF hayan querido seguir

colaborando con la Fundación pro de la difusión de una alimentación sana, vinculada, cómo no, al consumo de hortalizas y, en este caso, de sandía.

El contenido en citrulina y licopeno de la sandía, en el contexto de una dieta equilibrada y la práctica de ejercicio, contribuye a mejorar su salud cardiovascular.

FUNDACIÓN ESPAÑOLA DEL CORAZÓN

GRACIAS por confiar en sandía fashion®

Por un CORAZÓN SANO con Citrulina y Licopeno

AGF Asociación Grupo Fashion

GRACIAS A USTED HEMOS LLEGADO A LOS HOGARES DE MILES DE FAMILIAS QUE HAN RECONOCIDO NUESTRA SANDÍA MARCA FASHION® COMO UNA FRUTA DE MÁXIMA CALIDAD. GRACIAS A SU CONFIANZA HEMOS LLEGADO A LOS PRINCIPALES MERCADOS EUROPEOS CON UN PRODUCTO LÍDER. POR ESO SEGUIREMOS OFRECIÉNDOLE EL MEJOR SERVICIO Y UNA ATENCIÓN COMERCIAL BASADA EN LA CONFIANZA. PORQUE SU ÉXITO TAMBIÉN ES EL NUESTRO.

fashion® ¡es tu sandía!

www.sandiafashion.com

GRAN DISTRIBUCIÓN

“Creo que habría que plantar variedades pensando en el sabor y no en los kilos”

LA CLAVES PARA NO PERDER CUOTA DE MERCADO SON OFRECER UN PRODUCTO DE MÁXIMA CALIDAD Y DE MANERA ORDENADA

■ Isabel Fernández

Rodolfo Sánchez afirma que el consumidor alemán está dispuesto a pagar más, siempre y cuando, se dé una mejora en la calidad y, cómo no, ésta “vaya acompañada del control de la oferta”.

-Llegada esta época del año, Almería produce melones y sandías que, mayoritariamente, se destinan a mercados de exportación y, aquí, Alemania es, si cabe, uno de los mayores receptores de estos productos. ¿Cómo ve el consumidor alemán el producto llegado desde Almería?

-En esta época del año, el consumidor alemán está acostumbrado a los melones y las sandías de ultramar, que se encuentran en un estado óptimo de madurez. Esto contrasta con los melones y sandías de Almería, cuya campaña está comenzando y que, si no se controla bien la recolección, no ofrecen las mismas condiciones de madurez y, por tanto, de sabor. **-El melón, sobre todo en los últimos años, ha perdido parte de su mercado de exportación en favor de producto procedente de otros países, ¿dónde está el problema?**

-Además de lo comentado anteriormente, creo que habría que plantar variedades pensando en el sabor y no en los kilos. De todas



RODOLFO SÁNCHEZ
EDEKA FRUCHTKONTOR ESPAÑA S.L.U. DIRECTOR

formas, de poco sirve plantar buenas variedades si luego se recolectan antes de hora.

-Luego, ¿hasta qué punto considera que se adecua la oferta almeriense a lo que demanda este mercado?

-Respecto a volúmenes y tipos de melones y sandías, considero que sí se adecua.

-¿En qué aspectos cree que se podría y se debería trabajar para recuperar la cuota de mercado perdida?

-Cuidar desde el inicio la calidad

y el sabor, manteniendo la regularidad durante toda la campaña. También creo que es muy importante mantener al mismo tiempo una regularidad en los precios.

-¿Considera que proyectos como el de la sandía fashion contribuyen a mejorar, en primer lugar, la imagen del producto español y, posteriormente, su comercialización?

-La innovación siempre es bien recibida por la distribución y por el consumidor, pero la introducción en el mercado de un producto nue-

vo requiere una estrategia de marketing más extensa y efectiva. Nosotros invertimos junto a nuestros proveedores habituales una parte del margen comercial en promocionar en el punto de venta los productos confeccionados en nuestras marcas propias, incluyendo las innovaciones. Con la sandía fashion, el reto es conseguir que el consumidor aprenda a diferenciarla de la sandía normal.

-En origen, en numerosas ocasiones, se denuncian las políticas de bajos precios de algunas

cadenas de distribución, ¿qué le parece?

-Nosotros no somos partidarios de las políticas de precios bajos, si bien, cuando hay una sobreproducción de algún producto, las promociones a un precio competitivo pueden ayudar a dar salida a dicho producto. Creo que el problema radica más en la falta de coordinación de la oferta y en la regulación de la producción en origen.

-¿Cree que, centrándonos en melón y sandía, el consumidor estaría dispuesto a pagar más por un producto de mayor calidad si, claro, se pudiera mejorar aún más la calidad?

-Creo que sí, siempre y cuando la mejora de las calidades vaya acompañada del ya mencionado control de la oferta.

-El melón piel de sapo parece que se abre camino en el mercado de exportación, cuando, hasta hace unos años, era más un producto para mercado nacional. ¿A qué cree que se debe?

-Principalmente, a la mejora de las variedades. El piel de sapo ha tenido siempre dos inconvenientes frente al mercado alemán: el aspecto y el tamaño. Al conseguir variedades con un tamaño más reducido, manteniendo el sabor, se está eliminando un inconveniente. Si esto se acompañara de una buena estrategia de marketing respecto al aspecto exterior, se conseguiría una introducción más rápida en el mercado.

-Por último, ¿considera que tanto melón como sandía están avocados a perder su mercado en Alemania en favor de otros orígenes?

-Almería sigue teniendo la ventaja de las fechas de producción. Si se centran los esfuerzos en llevar a los mercados un producto de primera calidad y de una manera ordenada no tiene por qué perder su cuota de mercado.

AGRUPALMERÍA

“En el mes de mayo se ha vendido el tomate a mejor precio que en abril”

■ Rafa Villegas

Los responsables comerciales de Agrupalmería, Antonio Márquez y Miguel Ángel Espigares, han hecho un balance de la campaña. El primero ha asegurado que el clima ha llevado a que “las plantas se descarguen mucho más rápido y, aunque no han sido bajos, el ejercicio agrícola no va a pasar a la historia por los precios registrados”.

En cuanto a la campaña de primavera, Espigares confiesa haberse sorprendido de que “abril no fuera especialmente bueno en precio y que sí hayan subido las cotizaciones en mayo”. Márquez lo explica por “la competencia con países como Turquía e incluso Italia”. Asegura que “países del Este están retrasando sus producciones de primavera, lo que está repercutiendo en que el poco producto que

tienen se esté vendiendo muy caro y los distribuidores prefieran comprarlo en Almería”.

Respecto a Agrupalmería, especialista en todo tipo de tomates, al tratarse de una subasta es difícil contabilizar el número de agricultores que le confían sus productos. Aún así, Márquez ha asegurado que “cada vez nos piden más que les busquemos nosotros mercado a sus frutas y hortalizas”.



■ Antonio Márquez, a la izqda. y Miguel Ángel Espigares. / FHALMERÍA

CONSOLIDADA

“CASI es un referente mundial, por eso vendemos el tomate más caro”

■ **Rafa Villegas**

Con la mayor concentración de productores reunidos en una cooperativa, CASI continúa satisfaciendo los intereses de sus agricultores. Así, pese a lo irregular de la campaña, el presidente de la comercializadora, José María Andújar, ha señalado que “la mayoría de nuestros socios están contentos, ya que han podido sanear parte de la falta de liquidez que arrastraban de años anteriores”. Sin embargo, el máximo responsable de CASI asegura estar “a la espera de que las casas de semillas obtengan variedades más perfeccionadas”. Lamenta que “todas tienen sus defectos y los agricultores andamos un poco confusos a la hora de elegir la variedad a plantar de cara a la próxima campaña”.

Pese al balance positivo, el principio del año agrícola, sin embargo, fue complicado. el otoño fue demasiado caluroso, lo que provocó que el tomate no alcanzara el calibre deseado y una falta de kilos. Posteriormente, el problema llegó con las bajas temperaturas de finales de enero y principios de febrero, lo que provocó un menor cuaje de la flor, cosa que, como ha asegurado Andújar, “se está notando ahora con un decremento importante de los volúmenes de producción”.

En definitiva, en CASI, según ha confirmado su presidente, si bien la media de los precios del tomate no es negativa, “por la climatología vamos a tener dos kilos menos por metro cuadrado de tomate en nuestras explotaciones”. Respecto a los mejores precios de CASI con respecto a sus competidoras, el presidente ha afirmado que “el ser más grandes nos beneficia mucho. Somos el referente de Almería y la marca de tomate más conocida en Europa. Además, nuestra capacidad de mercado y de clientes es inmensa. Se puede decir que tocamos a un cliente por socio”.

Actualmente, CASI cuenta con en torno a 2.000 agricultores asociados que se reparten unas 2.200 hectáreas, aproximadamente. El 99 por ciento de los asociados tienen sus fincas en La Cañada, Níjar, así como en la zona del Bajo Andarax, en localidades como Alhama de Almería y Pechina.

Respecto a la aceptación, por parte de la Unión Europea, de la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Tomate La Cañada, Andújar considera que se trata de “un fac-

tor positivo y destacable a la hora de diferenciar un producto de una zona u otra, por ejemplo por su sabor”.

Lo cierto es que desde que tomó las riendas de la presidencia de CASI José María Andújar, la co-

mercializadora ha mejorado. El presidente asegura que “desde el momento en que me presenté para el cargo, mi apuesta, como les dije a los socios, era darle la mayor importancia posible al área de comercialización, nuestro objetivo



■ José María Andújar. / FHALMERÍA

más fuerte. Y lo cierto es que estamos logrando consolidarla. Es más, este año hemos superado las cifras de la campaña agrícola anterior y esperemos que la siguiente sea aún mejor.

Finalmente, Andújar ha querido felicitar a las empresas de fauna auxiliar por haber demostrado que la lucha integrada es eficaz en tomate. Ha confirmado que “este año entre un 40 y un 60 por ciento de nuestros socios la han aplicado, la próxima campaña será el 80”.

Pimiento
Segura

Calidad y producción en temprano (L4-TSWV)

SEMILLAS
fito

Desde 1880, mejorando contigo

www.semillasfito.com

ENTREVISTA A ALFREDO AMOROSO, GENERAL MANAGER DE MED HERMES

“Med Hermes es una empresa cien por cien autónoma y mediterránea”

LA CASA DE SEMILLAS HA RECUPERADO EL BUEN SABOR DE LA VERDURA MEDITERRÁNEA GRACIAS A SU EQUIPO PROPIO DE GENETISTAS ISRAELÍES

■ Rafa Villegas

-¿Cuándo nació Med Hermes y en qué consiste su proyecto?

-Med Hermes semillas nació en el año 2001 en Sicilia (Italia) como un proyecto internacional independiente, mediterráneo y privado en el sector de las semillas para una agricultura profesional. Nuestra compañía tiene una idiosincrasia propia, ya que no está controlada ni por grupos ni por empresas del sector químico-farmacéutico o de las finanzas. Operamos con total y absoluta autonomía. De hecho, somos una empresa totalmente mediterránea también en cuanto a recursos humanos, procedencia geográfica y operatividad. Creemos que es una buena tarjeta de visita para los operadores del mercado español.

-¿Cuándo llegó la compañía a España? ¿Qué la impulsó a introducirse en este mercado?

-Los primeros contactos con el mercado español datan del año 2007, con la realización de estudios de mercado específicos. Desde 2009 estamos presentes oficialmente con oficinas y actividad directa con nuestros técnicos, con la fórmula de delegación fiscal, que nos permite realizar todas las actividades in situ. Así, después de un análisis exhaustivo de las necesidades de este mercado, la empresa decidió invertir directamente con actividades de investigación y marketing directamente.

-¿Cuál es el compromiso de Med Hermes con la investigación?

-Hemos querido desde el primer momento que nuestro proyecto nazca como productor de semillas de hortalizas con investigación propia. Es más, nuestro catálogo está compuesto solamente por productos que son fruto del trabajo de nuestros genetistas internos. Por lo tanto, Med Hermes tiene una estrecha correlación con la investigación y una parte importante de los beneficios de cada año se utiliza para desarrollar ese punto en los productos que forman parte de nuestro catálogo, como son el tomate, el pimiento, el melón, la sandía y el calabacín.



-¿Cuáles son las ventajas de tener un equipo internacional?, ¿qué trabajo se realiza en Italia y en España y qué función desempeñan los investigadores israelíes?

-Efectivamente, el equipo que trabaja en nuestro proyecto forma parte de un grupo internacional compuesto por personas de diferente nacionalidad: Italia-España e Israel. Cada uno aporta ideas y propuestas de personas de diferente nacionalidad-cultura y procedencia geográfica que enriquecen nuestra actividad en el campo de las semillas, tanto en investigación como en marketing, consiguiendo un proyecto que se sale de la tendencia habitual en el ámbito internacional. En Italia, donde contamos, desde el año 2009, con una nueva sede y una estación experimental en la provincia siciliana de Ragusa, realizamos ensayos y parte de la investigación, además de coordinar toda la parte relacionada con el marketing. Lógicamente, estamos presentes en el mercado italiano y siciliano desde hace más de diez años. En España, por otra parte, trabaja un equipo de cuatro genetistas independientes, compuestos por israelíes y españoles, guiados por el responsable de investigación, el doctor Soshan, ciudadano israelí nacionalizado español, que trabaja en el proyecto desde hace 20 años y forma parte del proyecto de Med Hermes desde el principio. Además, en España también crecemos en el mercado con ensayos y venta de productos en el área de Almería, donde, además, tenemos ofi-

cinas propias en La Cañada. Finalmente, el rol desarrollado por los genetistas israelíes es fundamental para el apartado de la investigación. Además, las relaciones con Israel son fuertes y constantes, lo que nos permite conocer las nuevas tendencias y novedades científicas de este importante país con fuerte vocación científica en el sector agrícola.

-La investigación propia favorece que la empresa pueda aplicar su filosofía y procurarle a sus productos las características deseadas. ¿No es así?

-Contar con una investigación propia, que sigue las demandas y las exigencias del mercado, y que ésta sea, lo subrayo, independiente, además de ser una oportunidad para recoger éxitos en el mercado como iniciativa en el campo de las semillas, es también una oportunidad para las áreas de producción donde opera activamente, en este caso en el mercado español, más concretamente en la zona de Almería y Málaga. En concreto, hemos dirigido, desde hace años, la investigación específicamente hacia objetivos precisos, como las resistencias genéticas y la calidad de las producciones.

-El proyecto de Med Hermes contempla un compromiso fuerte con la calidad y el sabor. ¿Qué importancia le dan a lograr volver al verdadero sabor mediterráneo?

-Med Hermes ha apostado desde el primer momento por el redescubrimiento de la antigua tradición mediterránea, por la revalorización

de los colores y los sabores de las hortalizas y, en particular, de los tomates del pasado. Para nosotros no se trata de un simple eslogan, sino de una misión empresarial concreta que estamos buscando. Ello ha sido posible gracias a la selección realizada durante todos estos años por nuestros genetistas del germoplasma derivado de los ecotipos locales, que se han mejorado en clave moderna. El redescubrimiento de la tradición mediterránea se podrá utilizar, por parte de la producción agrícola, como un factor productivo en los mercados internacionales.

-¿Son parecidas las necesidades de los agricultores almerienses y las de los productores sicilianos y del resto del Sur de Italia?

-La respuesta es muy sencilla. Tanto la una como la otra son áreas de producción hortofrutícola bajo plástico y que comercializan sus productos para el mismo mercado: Europa. Por lo tanto, creemos que existen muchas semejanzas entre las dos áreas, sobre todo en lo que se refiere a las exigencias; la primera de ellas, que se trata de áreas mediterráneas de la Unión Europea. Consideramos que no son, por otra parte, áreas competitivas entre sí, ya que Italia cuenta con un gran consumo interno de hortalizas y muchos menos invernaderos que España. Se trata de dos zonas de producción que son complementarias y que pueden aprender la una de la otra.

-¿Qué ventajas productivas consiguen los productores almerienses respecto a los agriculto-

res del Norte de África con las semillas y plantas de Med Hermes?

-En cuanto al tomate, en nuestro catálogo actual ofrecemos diferentes propuestas y una gama amplia con resistencia total al virus TYLCV, además de especialidades como el cherry y el cocktail. Le pongo solo un ejemplo: Baccus F1, que es una especialidad de tomate tipo cocktail para el Norte de Europa que se ha implantado en la zona del Levante almeriense en los últimos tres años y que consiente el cultivo bajo plástico con frío en ciclo largo. Cuenta con la resistencia al TYLCV. Esto ha consentido transformar hectáreas de tomate suelto de calibre G, que se puede cultivar en Marruecos con costes muy bajos, en especialidades con un valor económico más alto. Este es uno de los ejemplos del proyecto de Med Hermes.

-En los últimos cuatro años, la empresa ha crecido mucho en España. ¿Se ha traducido esto en un incremento del número de trabajadores?, ¿qué función desempeñan?

-Pese al período económico actual, que es el peor de los últimos decenios, seguimos creciendo, aunque más lentamente. A día de hoy, en Almería trabajan para la parte comercial y de investigación tres dependientes, que son agrónomos, mientras que, para la investigación realizada por parte de nuestro equipo de genetistas en Palma de Mallorca, en dos explotaciones agrícolas distintas, trabajan cerca de 25 personas en total. Por lo tanto, en concreto, el proyecto Med Hermes da trabajo a entre 25 y 30 personas, según el período del año, en el mercado español, cada uno desempeñando una función concreta.

-¿Qué resultados ha obtenido Med Hermes con portainjertos?

-Tenemos una investigación en marcha al respecto, si bien, de momento, no contamos con productos comerciales. En uno o dos años ofreceremos nuestros primeros portainjertos al mercado español.

-¿Cuáles son los principales objetivos de Med Hermes para los próximos años?

-En general, nos vamos a centrar en invertir en investigación y crecer como proyecto en el mercado español. Además, en breve, invertiremos en una estación experimental propia en Almería, para lograr tener un soporte para ensayos e investigación en la Península Ibérica, que se sumaría a la que ya tenemos en Palma de Mallorca. Otro objetivo pasa por ofrecer productos y servicios de calidad al mercado español por parte de una empresa como la nuestra, que tiene fuertes connotaciones mediterráneas y para un mercado de un país mediterráneo, como es España.



La combinación perfecta para nuestro campo



+ Prestamo Campaña

Comienza **una nueva campaña agrícola** y, como siempre, estamos al lado de nuestro campo. Dando lo mejor de nosotros. Por eso, le ofrecemos **la mejor combinación para solucionar las necesidades de financiación de su explotación**: nuestro Préstamo Campaña y la Tarjeta Agrofuerte.

Infórmese en su oficina habitual de Cajamar Caja Rural.

Este es nuestro campo.

Y este es nuestro compromiso desde siempre: darle lo mejor.

Expertos
en el negocio
agroalimentario.

 **cajamar**
CAJA RURAL

 **CAJAMAR**
ADN Agro

NUEVAS TECNOLOGÍAS

Cuatro entidades crean un software libre que mejora la eficiencia energética

ANECOOP ES, JUNTO A LA ASOCIACIÓN GVSIG, SOCIO PARTICIPANTE. LA OBRA ES FRUTO DEL TRABAJO DE ESTUDIANTES DE MARMOLEJO Y CATARROJA

■ Rafa Villegas

La intervención, como socios participantes, de Anecoop y la Asociación gvSIG, experta en Sistemas de Información Geográfica de software libre, así como el trabajo de alumnos de Informática y Telecomunicaciones del centro educativo Florida Universitaria, de Catarroja, en Valencia, y de la rama agraria pertenecientes al IES Virgen de la Cabeza de Marmolejo, en Jaén, ha propiciado la creación de OpenGIS Agrícola. Se trata, concretamente, de una solución que permite un sistema guiado en parcelas para optimizar los procesos de transformación agrícola, permitiendo reducir tanto costes como impacto medioambiental.

El objetivo del proyecto OpenGIS Agrícola es poner a disposición de los cooperativistas una aplicación basada en software libre, para que a través de su terminal móvil puedan hacer uso de la aplicación de campo para realizar tareas de laboreo y cultivo. La aplicación tiene la capacidad de capturar el plano o mapa de una parcela a través de la referencia catastral, situarse en ella y calcular el recorri-



■ Los alumnos de Marmolejo en una visita formativa a Florida Universitaria el mes de mayo. / FHALMERÍA

do óptimo para el trabajo planificado, como por ejemplo arar, sembrar, etc., todo ello sin necesidad de realizar un recorrido previo. Además, una vez que se está produciendo el trabajo, y a través del GPS del móvil, se va informando al usuario de la ruta seguida.

Las funcionalidades finales planificadas tanto para la aplicación de escritorio como para la basada en web son la generación de informes de las parcelas, los aperos o materiales utilizados y los trabajos desarrollados, pudiendo disponer de un histórico de actividades realizadas en dicha parcela. Otra funcionalidad interesante para las co-

operativas o para empresas agrícolas es poder llevar un control de los trabajos que realizan sus cooperativistas o agricultores, con el objetivo de incrementar los beneficios y reducir sus costes, gracias al análisis de la información producida por la aplicación y diversos informes generados. Así, los propios agricultores deberán poder generar en cualquier momento su Cuaderno de Explotación Agraria, según la normativa Europea vigente actualmente, con la información de cuándo y con qué productos se han tratado sus parcelas.

En cuanto a las principales diferencias de OpenGIS con otros pro-

ductos similares en el mercado, destaca principalmente el hecho de ser una solución basada en software libre, por lo que cualquier persona puede descargarla, instalarla y explotarla sin costes de adquisición de software. Además el usuario podrá utilizar su propio dispositivo Android para ejecutar la aplicación. El proyecto da pie también a la creación de una futura comunidad de desarrolladores que puedan modificar y actualizar el código abierto del proyecto para añadir nuevas funcionalidades y adaptar el software según necesidades cambiantes del mercado y ámbito geográfico donde pretenda ser utilizado.

Cabe destacar que hoy en día, las aplicaciones existentes en el mercado, necesitan de una gran cantidad de parámetros que deben ser configurados para el uso de la herramienta y esto es motivo para que los agricultores rechacen su uso.

Otra de las ventajas del software de campo es que permite mostrar, antes de iniciar cualquier recorrido, la ruta que debería seguir el vehículo dentro de la parcela, dejando al operario la posibilidad de ajustarse a dicha ruta o variarla según sus propios criterios.

PRESENTACIÓN

Actualmente, el proyecto se encuentra en fase de desarrollo y testeo en campo. El 28 de junio, está prevista la celebración de las jornadas AgroTIC, con el fin de divulgar el proyecto, sus resultados hasta la fecha, así como la metodología seguida por el alumnado en su proceso de aprendizaje.

A finales de septiembre está previsto realizar la prueba final de funcionamiento de la última versión disponible de la aplicación de campo en Marmolejo, para la cual profesorado y alumnado de Florida Universitaria tienen previsto desplazarse para realizar pruebas conjuntas.

El código de la primera versión del software OpenGIS, desarrollada por el alumnado en el aula CreLAB (laboratorio de innovación creado para el desarrollo del proyecto) es descargable desde los siguientes sitios:

Código de la Aplicación web:
<http://code.google.com/p/opengis-web/>

Código de la Aplicación móvil:
<http://code.google.com/p/opengis-mobile/>

HORTAMAR

“Clientes no nos faltan, lo que necesitamos es más precio”

■ R. V. A.

El presidente de Hortamar, Miguel Moreno, ha lamentado que últimamente las campañas se parezcan cada vez más a “una montaña rusa, pero siempre en caída”. Del mismo modo, el máximo responsable de esta comercializadora roquera, ha asegurado que “a día de hoy clientes no nos faltan, lo que echamos de menos es que se paguen mejor los productos”.

Lo que más exporta Hortamar es, por este orden, tomate, pepino y pimiento, y después melón Can-



■ Miguel Moreno. / FHALMERÍA

taloup y berenjena. El destino de estos productos es, sobre todo, Alemania, además de Francia, Reino Unido, los Países Nórdicos y Rusia. Precisamente al Este de Europa están “incrementando bastante los envíos últimamente”, como ha confirmado Moreno.

Moreno ha lamentado, por otra parte, cómo “los países terceros tienen cada vez mayores permisos para introducir sus productos en la Unión Europea. Además, el Acuerdo con Marruecos nos perjudica. Cada vez nos ponen más chinillas en el camino. Los costes suben pero los precios bajan”.

CAMPEONATO DE CAMAREROS DE SALA

Tomate La Cañada falta cada vez menos a las fiestas de las asociaciones

■ R. V. A.

El tomate La Cañada ha puesto el broche final al IX Campeonato Nacional de Camareros de Sala celebrado en Segovia. Dado que este tomate ha alcanzado una gran notoriedad gracias, no solo a sus excelentes características específicas y diferenciales, sino también a las numerosas campañas de promoción y comunicación puestas en marcha a nivel nacional por el Consejo

Regulador de la I.G.P. homónima, son muchas las asociaciones que lo demandan para celebrar sus actos. En este caso ha sido la Asociación de Camareros de Segovia y su provincia la que se ha interesado por el primer tomate mediterráneo con IGP y el que han elegido para la cena de clausura del campeonato. De esta forma, este tomate se ha degustado junto a platos típicos como el cordero asado segolechal y el cochinillo asado.

Comarcas

BALSA DEL SAPO

Luis Planas da la cara, firma las obras y los afectados le dan un voto de confianza



■ El consejero se interesó por los daños causados en las fincas aledañas a la Balsa del Sapo. /FHALMERIA

DESDE LA ASOCIACIÓN LA CAÑADA DE LAS NORIAS VALORAN EL GESTO DEL CONSEJERO, QUE FUE A VER LA SITUACIÓN DEL HUMEDAL Y FIRMÓ OBRAS PARA EVITAR MÁS DAÑOS

■ **Rafa Villegas**

El consejero de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía, Luis Planas, dio la cara el sábado día 8 y visitó el humedal de la Balsa del Sapo. Tras el compromiso firmado por el político socialista de la ampliación de la capacidad de evacuación de las aguas del humedal, los vecinos y agricultores afectados decidieron darle a la Junta el 'último' voto de confianza. Es por ello que la manifestación prevista para el lunes 11 se suspendió.

El presidente de la asociación La Cañada de Las Norias, José

Antonio Vargas, ha reconocido que "el consejero ha tenido un gesto al venir apenas cuatro semanas después de haber sido nombrado a la Balsa del Sapo y que en un momento de fuertes recortes debidos a la crisis económica haya firmado las nuevas actuaciones en el humedal". No obstante, como no podía ser de otra manera, Vargas ha explicado que en el caso de que se incumplan las fechas de ejecución "volveremos a movilizarnos a la gente".

Vargas ha explicado, además, que "nuestro objetivo no eran las obras, que sí pueden ser el medio adecuado para llegar a lo que pretendemos, que no es otra cosa que se logre bajar el nivel de lámina de agua en la Balsa del Sapo. Así dejarían de estar anegadas las fincas y se daría por concluido el peligro para la población civil".

Luis Planas ha reconocido que es imprescindible actuar para so-

lucionar el problema. Concretamente, el consejero explicó durante el encuentro que mantuvo con la Asociación Cañada de Las Norias, que "debido a la gravedad de la situación, la Junta de Andalucía tomó medidas de urgencia instalando un primer bombeo con capacidad de 180 litros por segundo"; no obstante, añadió que "es necesario un nuevo bombeo para incrementar la capacidad de impulsión al mar en 500 litros por segundo, algo que conseguiremos con la actuación prevista que acabamos de adjudicar".

Al respecto, el concejal de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Ayuntamiento de El Ejido, Manuel Gómez Galera, ha asegurado que lo que es necesario es que "ya que se ha comprometido, no se quede en una promesa incumplida más", aunque matizó que "no nos queda otra que darle un voto de confianza".

El consejero, por su parte, no quiso despedirse sin destacar antes "el consenso alcanzado con los agricultores de la zona y con el Ayuntamiento de El Ejido para emprender estas obras, cuyo objetivo es ampliar la capacidad de las aguas existentes en la Balsa del Sapo y construir un nuevo sistema de captación de agua junto al ya existente".

Planas dio más detalles acerca de la actuación que se va a llevar a cabo, concretando que se instalará una nueva estación de bombeo, un edificio de válvulas y un nuevo calderín de regulación junto a los ya existentes, se acometerá la instalación eléctrica y se instalará una nueva conducción de aguas y una arqueta.

Según ha informado la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía en una nota de prensa, el proyecto estará culminado en un

Informan a la Asociación de Las Norias de la situación

■ R. V. A.

Todos los grupos políticos, incluido el PSOE, aprobaron, el pasado 4 de junio, en el Pleno ordinario que se celebró en el Ayuntamiento de El Ejido una moción con la que pretendían, a petición del Gobierno municipal, que la Junta de Andalucía agilizará al máximo las obras pendientes de ejecutar en la Balsa del Sapo.

Lo cierto es que, si bien la época de lluvias típica de la provincia es en otoño, en la moción se señala el riesgo de que se produzcan 'tormentas de verano'.

La situación es preocupante, sobre todo si se tiene en cuenta que la lámina de agua no ha dejado de subir y ya alcanza los 27,17 metros, con la consiguiente inundación de fincas rústicas y urbanas.

El alcalde de El Ejido, Francisco Góngora, aseguró, incluso, estar baranado la posibilidad de "emprender acciones judiciales porque no se puede continuar en esta situación más tiempo".

Afortunadamente, si se cumple lo prometido por el consejero de Agricultura, en seis meses mejorará mucho la situación.

plazo máximo de seis meses y ha contado con un presupuesto total de 9,2 millones de euros. Las obras han sido adjudicadas a la UTE Sacyr S.A.U. - Prinur S.A.U. - Obras y Representaciones Sola-gua SL.

EN EL EJIDO

La licencia para reformar o instalar un invernadero pasa de tres meses a un día

■ R. V. A.

La Concejalía de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Ayuntamiento de El Ejido se ha propuesto, desde el primer momento, agilizar los trámites administrativos para activar la economía local, en este caso el sector agrícola, teniendo siempre en cuenta los momentos tan críticos que está atravesando. Por ejemplo, han publicado una nueva ordenanza municipal que va a permitir abreviar considerablemente el tiempo de espera para la obtención de licencias de reforma y de la primera instalación de invernaderos en el municipio.

Concretamente, según han informado desde la Concejalía, con el nuevo documento van a conseguir reducir de una media de tres meses a un día el tiempo necesario para obtener los permisos de obra para aquellos invernaderos de estructura sencilla que no se encuentren fuera de ordenación y sobre los que se pretenda reformar la estructura para continuar el cultivo.

Al respecto, el concejal de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente ejidense, Manuel Gómez Galera, ha asegurado que “se trata de un documento muy novedoso que, nacido en el seno del Consejo Municipal Agrario, pretende convertirse en una herramienta vital para el agricultor del municipio a la hora de faci-

litar, al máximo, toda la tramitación burocrática y administrativa necesarias para la obtención de las licencias”.

Además, en el documento aparecen definiciones muy novedosas, como la diferenciación entre invernaderos de estructura sencilla e invernaderos de estructura portante, además de la figura de declaración responsable.

El concejal ha añadido que “se trata de un documento que precisa y complementa el PGOU y en el que desaparece la figura de licencia en precario que obligaba a sus titulares a depositar la garantía por los importes de demolición”. Asimismo, se define el término novedoso de ‘labor de explotación’ que contempla, como ha asegurado Gómez Galera, “aquellas actuaciones que se realizan sobre la estructura del invernadero con el objeto de permitir continuar con la protección del cultivo sin que ello afecte a la geometría del mismo”.

El concejal ha confirmado, además, que “se trata de una figura que, con carácter de norma, no existía hasta ahora en el municipio y a través de la que se pretende compendiar en un solo documento toda la legislación que, sobre instalación de invernaderos para la producción de frutas y hortalizas, existe hasta el momento”.

MEJORA

El traslado propiciará que el CUAM ofrezca más servicios

LA PROBLEMÁTICA CON LOS RESTOS VEGETALES Y LA ADECUACIÓN DE LAS VÍAS RURALES ESTÁN ENTRE LAS PRIORIDADES DEL GOBIERNO EJIDENSE

■ Rafa Villegas

El traslado del Centro Universitario Analítico Municipal de El Ejido a las antiguas instalaciones de Ejidomar, la búsqueda de soluciones para el tratamiento de los restos vegetales y el arreglo de vías rurales son tres de las actuaciones en las que está poniendo más ahínco el Consistorio ejidense.

Respecto al CUAM, el concejal de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente, Manuel Gómez Galera, ha asegurado que “está ya en plena mudanza, lo que ocurre es que se trata de un traslado complejo”. Las nuevas instalaciones van a permitir contar con dos importantes novedades. Por un lado, se va a disponer de fibra óptica, con lo cual el resultado y el seguimiento de los análisis va a estar en Internet de forma inmediata. Así, como ha explicado el edil, “un cliente de cualquier parte de Europa va a poder consultar no sólo cómo van sus análisis sino también el resultado de forma inmediata, todo ello gracias a la firma digital que le habrá facilitado previamente el centro”. Por otro lado, se va a incorporar una campana de flujo laminar, que lo que permite es el análisis de pa-



■ El concejal de Agricultura Manuel Gómez Galera. / FHALMERÍA

tógenos de microbiología, algo que tras la crisis de la ‘E. coli’ se ha detectado un aumento de la demanda de este tipo de estudios. El CUAM realiza, como ha confirmado Gómez Galera, “entre ocho y 9.000 análisis al año. Intentamos que nuestros servicios sean mayores y mejores cada año”.

En cuanto al tratamiento de restos vegetales, en el Consejo Municipal Agrario se ha creado un Comité Técnico. Éste está elaborando un documento en el que va a poner a disposición del Consistorio ejidense, resto de ayuntamientos y demás instituciones cuáles son las

soluciones viables al problema. El alcalde de El Ejido, Francisco Góngora, y el concejal de Agricultura visitaron recientemente un planta de compostaje en Motril.

Finalmente, respecto a los caminos rurales, esta corporación municipal ha propiciado el asfaltado de 17,5 kilómetros. Gómez Galera no entiende cómo el Plan Encamina2 de la Junta sólo ha destinado 200.000 euros para este fin a El Ejido. Asegura que “este municipio es el que tiene más explotaciones agrarias de Andalucía, por lo que las inversiones deberían ser proporcionales”.

RIESGO DE INUNDACIONES

El problema de los recalos sigue activo y preocupa mucho en Adra

■ R. V. A.

El problema de las inundaciones sigue activo en Adra. El concejal de Agricultura del Ayuntamiento abderitano, Francisco López, ha asegurado que “tenemos problemas de recalos en la zona de la Zanja Real, también de inundaciones en Las Albuferas”.

López ha adelantado que están “pendientes de una mejora en el canal de salida al mar en la Albufera Nueva y el peligro más latente que tenemos en la actualidad nos llega

desde el río Adra”. Es por ello que, como ha insistido, “estamos trabajando conjuntamente con la Junta Central de Usuarios de Adra, a ver si la Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía, de una vez por todas, lleva a cabo la limpieza y encauzamiento del río”. Para el edil, “urgen estas actuaciones, nos preocupan mucho”.

Al respecto, la Junta Central de Usuarios de la Cuenca del Río Adra, formada por las comunidades de regantes de Río Adra, Cairros Zabala y el Canal de San Fer-

nando, han exigido a la Junta la limpieza “urgente e inmediata” del río Adra. Y es que, como han afirmado, “la situación es muy delicada, con muchos cañaverales que dificultan el curso del agua ante posibles avenidas. La Junta debería acometer alguna actuación urgente antes de que llegue la época de lluvias, para que el agua pueda discurrir con normalidad y evite poner en peligro, no sólo a los invernaderos de la zona, que están sufriendo recalos y ponen en peligro las fincas y a la población civil”.



■ Francisco López, concejal de Agricultura de Adra. / FHALMERÍA

PROMOCIÓN DE SU MODELO AGRÍCOLA

Níjar muestra “las excelencias” de su agricultura en la feria israelí Agritech

EL ALCALDE NIJAREÑO PARTICIPÓ EN LA CITA DE LA MANO DE COEXPHAL Y JUNTO A EMPRESAS DEL SECTOR AGRÍCOLA DE TODA LA PROVINCIA

Isabel Fernández

El alcalde de Níjar, Antonio Jesús Rodríguez, participó el pasado mes de mayo en el FERIA Agritech, en Israel, junto con varias empresas del sector agrícola provincial y con la Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de Almería (COEXPHAL). En este sentido, Rodríguez afirmó que el objetivo de su participación en el evento no era otro que “conocer las nuevas tecnologías y trasladarlas a las empresas de nuestro municipio para obtener la mayor eficiencia en el uso y administración de los recursos, particularmente, a través del uso de las llamadas tecnologías de riego eficiente, con la finalidad de mejorar las prácticas y la eficiencia productiva”. Y es que, dadas las especiales condiciones climáticas de Israel, la industria agrícola de la zona se ha especializado en la producción de soluciones avanzadas de irrigación, entre otras muchas cuestiones.

El alcalde de Níjar explicó que, durante su participación en el evento israelí, “se han mantenido reuniones con empresas interesadas en la comercialización”; en esta línea, afirmó que “hay mucho inte-



El alcalde nijareño, Antonio Jesús Rodríguez, junto al resto de la delegación participante. / FHALMERÍA

rés por colaborar en proyectos conjuntos” y añadió que “las empresas almerienses e israelíes pueden ser complementarias y trabajar juntas”. Asimismo, Rodríguez hizo referencia a su “compromiso” con la agricultura del municipio y, de hecho, afirmó que “continuaré enseñando las excelencias del campo y los continuos esfuerzos que los agricultores de Níjar hacen por avanzar en su deber con el principal sector de nuestra tierra: la agricultura”.

Agritech 2012, Exhibición Anual de Agricultura de Israel, es,

hoy por hoy, uno de los mayores eventos del sector. Tanto es así que la feria acogió, en esta ocasión, a unas 200 compañías locales interesadas en hacer negocios con empresas llegadas de América del Norte, Sudamérica, África, Asia y, cómo no, Europa.

El evento logró reunir en su edición de 2012 a más de 7.000 visitantes extranjeros, llegados de 115 países, que se reunieron con el objetivo de estar al tanto de los nuevos proyectos en la obtención de mejores cultivos. Agritech atra-

je, asimismo, y como en ediciones anteriores, a muchas delegaciones de ministerios de agricultura, expertos, profesionales del sector, así como a miles de visitantes de todo el mundo.

Y es que, junto a la difusión de sus últimos avances en técnicas de irrigación, las empresas locales también aprovecharon la oportunidad para dar a conocer sus progresos en técnicas de almacenamiento de cultivos, desarrollo de variedades resistentes a enfermedades, control biológico de plagas y purificación y reutilización de aguas residuales.

EN SENÉS

La Junta actúa sobre 2.500 metros de caminos rurales

E. Sánchez

La Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía ha comenzado las obras de mejora de dos caminos rurales en Senés y con las que se actuará sobre unos 2.500 metros de longitud. En este sentido, se trata de los caminos Centenares y Las Umbrías, propuestos por el propio Ayuntamiento de Cenés a la Junta, para adecuarlos para el tránsito de vehículos de propietarios de explotaciones agrícolas y ganaderas. Así, en el camino Centenares, de 1.137 metros de longitud, se construirá un firme de zahorra artificial, una capa de rodadura con tratamiento asfáltico superficial y un tramo de firme rígido de hormigón. Igualmente se contruirá un badén y se colocarán señales de tráfico.

Por su parte, en el camino Las Umbrías, además de la extensión de firma con zahorra artificial y un tramo de 240 metros con hormigón, se construirá un badén y se excavarán 450 metros de cunetas con revestimiento de hormigón.

Por último, la Consejería de Agricultura y Pesca ha dado a conocer que el presupuesto de ejecución, asumido en su totalidad por la Junta de Andalucía y sin coste alguno para el Ayuntamiento de Senés, asciende a casi 118.000 euros, y el plazo previsto de ejecución de las obras es de seis meses.

**campamento
Verano
2012**

Para aventureros
de 8 a 14 años

Del 22 al 28 de julio
Hotel
Río Arroyo
Sierra de Cazorla (JAÉN)

Ayuntamiento de Níjar
Concejalía Turismo y Deportes

AUTOEMPLEO

Familias de Rioja cultivarán su propio huerto ecológico

E. S. G.

La Federación Agroalimentaria de CCOO ha creado el programa TREDAR a través del cual ha impartido el curso 'Fomento al Autoempleo: Agroecología', en Rioja, y que se ha realizado de forma práctica en los huertos sociales. Dicho proyecto ha facilitado la formación necesaria a los participantes y un pequeño huerto familiar ecológico donde seguir poniendo en práctica los contenidos aprendidos a 25 familias riojeñas, con la finalidad de promover el autoconsumo y el autoempleo. El perfil de los participantes que pueden solicitar este programa es principalmente mujeres trabajadoras del sector agroalimentario o desempleadas, que posteriormente a la fase de formación podrán contar con el apoyo de su familia para el mantenimiento del huerto.

Este curso ha contado con la colaboración del Ayuntamiento de Rioja y con la ejecución de la asociación almeriense Trotamundos Animado.

PLAN 'ENCAMINA2'

Laujar y Berja concluyen las obras de mejora de diez caminos rurales

EN TOTAL HAN SIDO MÁS DE ONCE KILÓMETROS DE VÍAS QUE SE ENCONTRABAN EN MAL ESTADO PARA EL ACCESO A EXPLOTACIONES AGRARIAS

Elena Sánchez

Las localidades almerienses de Laujar de Andarax y Berja han concluido las obras de mejora de diez caminos rurales gracias al plan 'Encamina2' que tiene en marcha la Junta de Andalucía. En total más de once kilómetros de vías que se encontraban en mal estado para el acceso a explotaciones agrarias. En el caso de Berja, la inversión realizada por la Junta ha permitido actuar sobre casi 2,6 kilómetros de siete caminos, unas vías que no sólo mejoran la actividad del sector agrario, sino que repercuten también sobre el resto de la población virginitana, ya que algunos de estos caminos, como el Viñas-San Roque, son utilizados por los vecinos como rutas de paseo.

Sin embargo, estas siete vías no han sido las únicas que se han mejorado en los últimos cuatro años,



El exdelegado de Agricultura visitó el camino El Soplón, ubicado en Laujar de Andarax. / FHALMERÍA

puesto que anteriormente también se llevó a cabo la puesta a punto de 5,5 kilómetros de varios caminos rurales de Berja.

LAUJAR DE ANDARAX

Por su parte, en Laujar de Andarax se han rehabilitado tres caminos rurales, Soplón, Mallones y Cuatro Caninos, en total, más de 8,6 kilómetros, con un presu-

puesto total de 147.490 euros. Igualmente, hace dos años, en Laujar, se mejoró el firme de las vías rurales de El Araque, Cerca de Aguilar, La Quinta y Enmedio, 3,2 kilómetros de caminos que, salvo alguna actuación puntual, no habían recibido ninguna obra de mejora desde principios de los años noventa.

El exdelegado de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía,

José Antonio Salinas, acompañado por los alcaldes de Berja, Antonio Torres, y de Laujar, Emilio Romero, ha recorrido cuatro de los caminos en los que se ha intervenido para comprobar el resultado de esta actuación de la Junta, "una actuación que más allá de mejorar el acceso a decenas de explotaciones agrícolas, contribuye a la calidad de vida y al desarrollo de nuestros pueblos".

JORNADAS

Filabres-Alhamilla informa de la marca 'Comarca del Desierto'

E. S. G.

El Grupo de Desarrollo Rural Filabres-Alhamilla ha desarrollado las jornadas informativas 'El Club de Excelencia Calidad Rural: oportunidad para las empresas de la Comarca del Desierto', con el fin de difundir las posibilidades y potencialidades que el Club de Excelencia 'Calidad Rural' puede aportar para mejorar la posición de las empresas y su competitividad.

Estas jornadas han estado dirigidas a las entidades de la comarca, de los sectores agroalimentario y turístico interesadas en el proceso de implantación de la marca 'Comarca del Desierto'. En este sentido, la actividad comenzó con una ponencia desarrollada por el gerente del GDR El Condado de Jaén, Sebastián Lozano. A continuación, Elisa Guerrero, gerente del GDR Filabres-Alhamilla, ha-



Detalle de la web del GDR.

bló del comienzo de la implantación de la marca 'Comarca del Desierto' y tras la finalización llegó el momento de la mesa de debate. Tras ésta se procedió al nombramiento de los representantes de 'Comarca del Desierto' en el Club de Excelencia de Calidad Rural.

DEL POZO Y OLULA

Agricultores de Fines tendrán mejor acceso a caminos rurales

E. S. G.

Los agricultores y ganaderos de Fines podrán acceder de manera más cómoda a sus explotaciones agrarias gracias a la mejora de dos de los caminos rurales de esta localidad. En total serán 1.760 metros lineales de las vías agropecuarias camino de Olula y el camino del Pozo que la Consejería de Agricultura y Pesca tendrá listas en un periodo de seis meses.

En este sentido, en el camino de Olula, de 833 metros lineales, se realizarán obras de remoción del terreno, perfilado y compactación de la base, se construirá un firme con zahorra artificial, así como un firme con multicapas de gravilla, y se instalarán señales de tráfico. Mientras, en el camino del Pozo, además de es-



Actual estado del camino de Olula. / FHALMERÍA

tas actuaciones, se construirá un badén de hormigón. El presupuesto de ejecución de la obra, que es asumido al cien por cien

por la Junta de Andalucía y está dentro del plan 'Encamina2' de la Consejería de Agricultura y Pesca, asciende a casi 118.000 euros.

Especial Semilleros y pepino



Los agricultores plantarán este año 4.600 hectáreas de pepino

Los agricultores almerienses están seleccionando durante estos días las variedades de pepino que van a elegir para plantar en torno a 4.600 hectáreas de diferentes tipos. Es uno de los productos que más volumen aporta al balance final de la campaña agrícola local.

Los productores tienen varias opciones con este producto. Algunos se decantan por los cultivos tempranos, otros son fieles a las siembras medias y los que tienen una buena ubicación climática prefieren los tardíos, haciéndoles frente al frío invernal.

SECTOR EN CRECIMIENTO

Los semilleros de Almería producen mil millones de plántulas cada campaña



■ El semillero es la casa de todas las frutas y hortalizas antes de llegar a manos del agricultor. / FHALMERÍA

LA MITAD PERTENECE A LA LECHUGA; 210.000 PLÁNTULAS SON DE TOMATE; 165.000 DE PIMIENTO Y CANTIDADES MENORES DE OTROS

■ Elena Sánchez

Almería es la principal productora y exportadora de hortalizas de Europa y, lógicamente, es también una de las zonas de mayor concentración de semilleros que, por su prestigio, su desarrollo tecnológico y su capacidad suministran producto al sector hortofrutícola de otras zonas de España y a otros países. En la provincia almeriense trabaja medio centenar de empresas de semilleros, con unas setenta instalaciones repartidas por varias zonas de producción, sobre todo en la comarca del Poniente y en el Campo de Níjar. En este sentido, una de las

cifras más destacadas de la dimensión que han alcanzado los semilleros son los casi mil millones de plántulas que producen cada año, de las cuales, la mitad son lechugas; 210.000 de tomate; 165.000 plántulas de pimiento, y cantidades menores son las que pertenecen a otros productos, según cifras de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía.

En cuanto a los datos relacionados con las plantas de hortalizas utilizadas en la campaña 2010/2011 es importante destacar que el pimiento fue el cultivo más empleado con un total de 146 millones de plantas y 20.000 plantas por hectárea; mientras que por detrás se sitúa el tomate, con un total de 135.750.000 de plantas y 15.000 plantas por hectárea. En tercer lugar se encuentra el pepino, que la pasada campaña contó con casi 48 millones de plan-

tas en total, de las cuales, 10.500 se plantaban por hectárea. Tras el pepino llegan el calabacín, el melón, la judía, la sandía y la beren-

jena, ésta última con un total de 9.620.000 plantas.

Gracias a estas cifras se puede corroborar que el sector de los se-

milleros es uno de los más importantes en la agricultura almeriense y, por este motivo, tiene que estar en continuo crecimen-

CAMPAÑA 2010/2011

El pepino es la cuarta hortaliza con más número de plantas cultivadas por hectárea

■ E. Sánchez

El pepino es una de las hortalizas con más superficie en el campo almeriense y, de hecho, cada año va en aumento. En la campaña 2010/2011, el número de hectáreas alcanzó las 4.550, es decir, un 1,1 por ciento más que el ejercicio agrícola anterior. Sin embargo, uno de los datos reveladores que ofrece la Consejería

de Agricultura es que el pepino es la cuarta hortaliza con más número de plantas cultivadas por hectárea, en total 10.500. Este fruto sólo está por detrás del pimiento, el tomate y la judía; ésta última se sitúa en primer lugar, con 30.000 plantas por hectárea.

Sin embargo, si se hace referencia a datos generales, la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía indica que,

en total, en la campaña 2010/2011, se contabilizaron 47.775.000 de plantas de cultivo de pepino.

Sin duda, son cifras positivas, ya que el aumento de la superficie y de la producción, en la campaña nombrada, tuvo su repercusión directa en los ingresos percibidos por los agricultores, que se elevaron hasta los 182.989.000 euros, un 8,45 por ciento más que en la campaña 2009/2010.

SECTOR EN CRECIMIENTO



■ Conjunto de plántulas. / FHALMERÍA

to. De hecho, para estar a la vanguardia y atender a las demandas de una agricultura exigente y en constante evolución, los semilleros de Almería tienen que estar a la última, por lo que para mejorar la producción de plántulas y plantas de vivero, el sector de los semilleros tiene que realizar importantes inversiones. En esta apuesta por la innovación y la modernización, las empresas cuentan con ayudas procedentes de la Administración andaluza. Desde el año 2002, la Consejería ha prestado ayuda a unos 150 proyectos de los semilleros, que han llevado a cabo inversiones por un importe global de más de 35 millones de euros, de los cuales,

unos 12 millones han sido aportados por la Junta. A este balance también hay que añadir la convocatoria de 2010, en la que están pendientes de certificación 13 proyectos con una inversión total de 1,7 millones de euros y una previsión de subvención pública de 735.000 euros.

Las últimas actuaciones se llevaron a cabo a finales de mayo, cuando la Junta entregó subvenciones por un importe global de 548.000 euros a doce semilleros de la provincia para la realización de 45 proyectos de mejora del proceso de producción y de la calidad de plántulas hortícolas y plantas de vivero, así como también para la instalación de cáma-

El Ejido y Níjar, zonas con más semilleros

El Ejido y Níjar son las zonas donde se concentran más semilleros en la provincia de Almería. De hecho, en El Ejido hay 18 centros abiertos de cara al agricultor, mientras que en Níjar hay un total de 14, según los datos de la Consejería de Agricultura. Seguido de estos dos municipios, se encuentra Adra, con un total de 8, Pulpí, Vícar, La Mojoneira, Cuevas del Almanzora o Roquetas de Mar, con 3 y 4 centros.



■ Níjar tiene un total de 14 centros en su zona. / FHALMERÍA



■ La calefacción y el riego por goteo son las mejoras más realizadas en los semilleros. / FHALMERÍA

ras frigoríficas, adquisición de carros para el transporte de bandejas y sembradoras, instalación de mesas de injertos y calefacción y sistemas de riego por goteo.

CUMPLEN CON LA LEY

El trabajo de los semilleros es tan importante y tiene tan buena referencia que hace unos días, la Delegación Provincial de Agricultura informó de que el cien por cien de las semillas y plantas de hortalizas (pepino, pimiento y tomate) de Almería sometidas al seguimiento de postcontrol de hortícolas, que exige la legislación de semillas, cumplen dichas exigencias legales. Y es que desde 2009 se vienen realizando este

tipo de controles y en ninguno de ellos se han detectado discrepancias entre la muestra y el testigo, lo que indica el alto nivel de selección, mejora y control que tienen actualmente las empresas productoras de semillas. Desde la campaña 2009/2010, en la que se puso en marcha este control, en Almería se han tomado 300 muestras y más de 230 testigos de dichas semillas.

En cuanto a la metodología de los controles, ésta consiste en la toma de muestras de semillas de sobres comerciales que, finalmente, son recibidas en el Ministerio de Agricultura. Una vez allí, en la época adecuada de cada especie, se siembra en un semillero de la zona. Seguidamente,

cuando el plantón está en estado óptimo para su plantación en campo, el mismo personal de la Delegación planta las plántulas en un invernadero alquilado. Durante el cultivo se comparan una serie de caracteres entre la muestra y el testigo, tomando como base las directrices para la ejecución del examen de distinción, homogeneidad y estabilidad que marca la Unión Internacional para la Protección de las Obtenciones Vegetales. Gracias a estas actuaciones realizadas, el Ministerio ha felicitado a la Delegación de Agricultura por su trabajo, el cual ha demostrado que las semillas con las que se trabaja en la provincia almeriense son de máxima calidad.



■ Producción de pepino bajo plástico. / FHALMERÍA

NOVEDADES 2012/2013

Tridente y Triunfal, las propuestas de Syngenta en pepino para Almería y la costa granadina

AMBAS VARIEDADES DESTACAN POR SU CALIDAD DE FRUTO Y ALTAS PRODUCCIONES EN LOS MESES DE INVIERNO, CON BAJA TEMPERATURA

■ CIA

Syngenta sigue ampliando su catálogo de variedades en el segmento de pepino en cultivos intensivos, siempre respondiendo a las demandas de cada zona de producción. En este sentido, y de cara a la próxima campaña, la casa de semillas lanza dos nuevas variedades en pepino tipo holandés: Tridente y Triunfal. En el caso de la primera, Tridente es una variedad que destaca por su producción y vigor, junto con unas buenas resistencias en el segmento de tardío para Almería y también en las zonas más frías de la costa de Granada, para siembras entre los primeros días de octubre y los primeros días de noviembre. Tridente cuenta con una planta de gran vigor que proporciona, además, una gran producción, lo que permite que pueda ser utilizada en los trasplantes más tardíos. Asimismo, tiene muy buenas resistencias: HR: CVYV; CCu y Cca; IR: CMV; y, además, muy buen comportamiento frente a CYSDV.

Triunfal, por su parte, está recomendado para siembras de invierno, desde mediados de septiembre hasta primeros de octubre, en la costa de Granada. Esta variedad se caracteriza por tener

una muy buena calidad de fruto y, además, altas producciones en los meses de invierno. Para que esto sea posible, presenta una planta con un gran vigor para afrontar con más garantías las bajas temperaturas del invierno en la costa granadina, donde los agricultores no utilizan dobles techos en sus fincas. Junto a esto, Triunfal cuenta con un importante paquete de resistencias para los virus y enfermedades que afectan a este cultivo: HR: CVYV; CCu y Cca; IR: CMV y, además, tiene buen comportamiento frente a CYSDV.

Tridente y Triunfal son las novedades de Syngenta para la próxima campaña, en el segmento de pepino tipo holandés tardío, para la provincia almeriense y la costa de Granada; sin embargo, no son las dos únicas propuestas.

KANTAKA

Por otro lado, Syngenta sigue cosechando éxitos con su variedad Kantaka en los invernaderos de Almería, entre otras cosas, gracias a sus producciones de gran calidad en los meses de mayor frío, lo que, según aseguran desde la empresa, se traduce en un "mayor rendimiento comercial". Tal y como apuntan desde la compañía, "Kantaka gusta por sus frutos, que no presentan cuello de botella, bien formados, acanalados, oscuros y con una longitud comercial en todo el ciclo de producción", gracias a "la estructura de la planta, que favore-



■ Tridente destaca por su producción y vigor, así como por sus buenas resistencias en invierno en Almería.



■ Triunfal, recomendado para siembras tardías en la costa de Granada.

ce la aireación y la entrada de luz, reduciendo los riesgos de infecciones fúngicas y mejorando la calidad de los frutos". Como el resto de variedades de pepino tipo Almería u holandés de Syngenta, Kantaka también ofrece buenas resistencias a virus y enfermedades: HR: CVYC; CCu; IR: CMV y, cómo no, tiene buen comportamiento frente a CYSDV.

Con todas estas variedades, Syngenta responde a las diferentes demandas de agricultores también diferentes. En todos los casos, la compañía garantiza una buena calidad de fruto y altas producciones; parámetros que, a la larga, se traducen en rentabilidad para el agricultor.

LOS NÚMEROS DEL PEPINO

El cultivo mantuvo el tercer puesto en el ranking de rentabilidad

■ I. F. G.

El 'susto' de final de campaña, con la mal llamada 'crisis del pepino', no afectó, en términos generales, al ejercicio de este producto y, de hecho, el pepino almeriense mantuvo el tercer puesto en el ranking de rentabilidad de las hortalizas provinciales en la campaña 2010/2011, según los datos recogidos en el último Anuario Agrí-

cola de fhalmería. En este sentido, este producto, el tercero en superficie en Almería, alcanzó una rentabilidad media de 4'02 euros por metro cuadrado, fruto de un precio medio de 0'434 euros por kilo.

De este modo, el pepino, lejos de perder fuelle entre los agricultores, se consolida como uno de sus cultivos preferidos; tanto es así que, sólo durante el último

ejercicio, esta hortaliza aumentó ligeramente su superficie, hasta situarse en las 4.550 hectáreas. Una vez más, el pepino tipo Almería u holandés fue el más cultivado, entre otras cosas, por la ya archiconocida vocación exportadora de Almería y, por tanto, por el carácter 'viajero' del pepino.

Pese a todo, hay quienes se resisten a abandonar sus producciones de pepino corto o francés;



■ El año pasado se cultivaron 4.550 hectáreas en la provincia.

ambos, tipos que se destinan a un mercado mucho más local, si bien es cierto que también encuentran nicho de mercado en países de la cuenca mediterránea. Además, tanto el uno como el otro, cuando

la competencia en Europa se acrecienta con la entrada en producción de países como Holanda, prácticamente, no lo notan y, de hecho, estos días mantienen buenos precios.

PARA LA PRÓXIMA CAMPAÑA

Semilleros Saliplant S.L. ofrece un servicio integral a todos sus clientes

SEGÚN APUNTAN DESDE LA EMPRESA, EL 'TODO INCLUIDO' FAVORECE LA PROFESIONALIZACIÓN DEL SERVICIO OFERTADO POR UN SEMILLERO

■ CIA

Semilleros Saliplant S.L. es una empresa con más de 25 años de antigüedad, que apuesta por un servicio integral a sus clientes. Así lo afirma su gerente, Domingo López-A Pérez, quien explica que "creemos que el concepto de 'todo incluido' favorece la profesionalización del servicio ofertado por un semillero". Aunque también trabajan de otras formas, apuestan por dar un servicio integral en el que el cliente sólo tenga que indicarles lo que quiere y para qué fecha. De esta forma, "se olvida de problemas con las germinaciones, complicacio-



■ Sus semilleros cuentan con las últimas tecnologías para ofrecer el mejor servicio al agricultor.

nes con los insectos auxiliares, certificaciones, restos de semilla..." según apunta el gerente.

En Semilleros Saliplant "nuestro objetivo es que el agricultor pueda dedicar su tiempo y sus es-

fuerzos a comenzar su campaña sin preocupaciones: de su planta, de su injerto, de su lucha integrada... ya nos ocupamos nosotros". Y es que, en Semilleros Saliplant "creemos en la espe-

cialización, creemos en la profesionalidad". Por este motivo, "tenemos unas instalaciones independientes dedicadas a la producción ecológica e implantación de insectos auxiliares, para poder

garantizar su exitosa implantación".

Para ello, en Semilleros Saliplant cuentan con semilleros en altura para poder producir en verano plantas que requieran de condiciones climáticas diferentes a las de la costa granadina. Asimismo, su central dispone de una hectárea de invernadero de cristal para ofrecer la máxima seguridad sanitaria y las mejores condiciones de crecimiento de su planta.

Todo esto se completa con un potente equipo humano y un equipo técnico de cinco ingenieros. En este sentido, el gerente de los semilleros señala que "nuestra estructura se basa en la coordinación, el trabajo en equipo y la absoluta seguridad de que el agricultor ha depositado su confianza y su medio de vida en nuestras manos". "Por este motivo -continúa- apostamos por un servicio completo, que incluya todo lo necesario, sin escatimar en nada, para que la calidad, la cantidad y la fecha de su encargo sean cumplidos al 100%". En definitiva, "profesionalidad, confianza y seguridad son los pilares de nuestro trabajo", concluye el gerente de Semilleros Saliplant.



EFICACIA & CONTROL **Calidad**

Con una producción de más de 100 millones de plántulas al año distribuidas a nivel nacional e internacional, y más de 100 empleados dedicados a la obtención de la mejor plántula hortícola, en Semilleros Saliplant encontrará una empresa actual, ágil e innovadora.



HORTALIZAS



INJERTOS



PLANTA ORNAMENTAL

+34 958 62 33 76
www.saliplant.com

Saliplant
semilleros

CARCHUNA · MOTRIL · ZAFARRAYA · CASTELL · DE FERRO · EL MORCHE · PUNTALÓN · SANTA FE · ALBUÑOL

NOVEDADES

Semillas Fitó presenta Mitre, un nuevo pepino que destaca por su calidad en el rebrote

ES UNA VARIEDAD QUE AGUANTA LA AMARILLEZ, LA VENA AMARILLA Y EL OÍDIO. ES UNA PLANTA DE ENTRENADO CORTO Y CALIDAD DE FRUTO

■ Elena Sánchez

La empresa Semillas Fitó ya está volcada en la nueva campaña agrícola 2012-2013 y para ello está presentando la nueva incorporación al catálogo de pepino temprano, Mitre. Se trata de un material que aguanta muy bien la amarillez, la vena amarilla y el oídio, algo que lo hace atractivo para el agricultor. Según ha destacado Germán Victoria Castillo, técnico comercial de Semillas Fitó en la zona de El Ejido-Roquetas, “este pepino cuenta con una planta de entrenado corto, es muy oscura y de hoja pequeña, por lo que en ese tiempo te permite entrar con un marco de plantación un poco más extenso”. Además, Mitre también destaca por la calidad de fruto que ofrece tanto al productor como al destinatario, es un fruto más recortado y acanalado, rellena bien y, una de las cosas más características de Mitre es que permite tener un ciclo más largo porque la calidad en el rebrote es muy buena.

OTRAS ALTERNATIVAS

Además de esta nueva variedad, Semillas Fitó también ofrece otras alternativas a los agricultores de pepino temprano como Benito o Solero. El primero de ellos, según



■ Germán Victoria, técnico comercial de Semillas Fitó en la zona de El Ejido-Roquetas. / FHALMERÍA

Germán Victoria, “es una variedad adaptada para ciclo corto, es muy productiva y su fruto es oscuro y acanalado, por lo que se adapta perfectamente a las exigencias del mercado. Además, resulta destacable que no genera cuello de botella”. Por otro lado, el catálogo de pepino de Fitó también se completa con Solero, un fruto que goza de una planta que aguanta muy bien la amarillez “y permite alargar el ciclo, puesto que su rebrote es también de calidad, manteniendo la forma del fruto, la longitud y el color oscu-

ro del mismo durante todo el cultivo. Esto resulta más que importante para el agricultor porque se asegura que donde el pepino normalmente baja la calidad, que es en el rebrote, este fruto, en todo momento, da la sensación de que pertenece a un cultivo que está empezando, sobre todo porque mantiene perfectamente el acanalado del fruto”.

COLOR OSCURO

Sin duda, una de las apuestas claras por Semillas Fitó es que todos

sus pepinos cuenten con un color oscuro de fruto, ya que, según Germán Victoria, “cuanto más oscuro mejor, ya que es más llamativo y el mercado lo demanda mucho más. Desde Fitó, este tema lo llevamos a rajatabla, ya que el objetivo es que, desde el principio del cultivo, el pepino sea oscuro”.

Además, en cuanto a postcosecha, las variedades presentadas destacan por ser muy resistentes y llegan al mercado en perfectas condiciones. “Nuestro objetivo es que el fruto llegue a destino sin problemas y que además aguante

cuatro días en un mostrador. Por eso, nosotros, desde el departamento de I+D, hacemos continuamente ensayos de postcosecha y así determinamos cuántos días puede aguantar un fruto en plenas condiciones”. Finalmente, cabe destacar que estas variedades también están adaptadas al cuaje con calor, por lo que le será más fácil que a otros pepinos, así como que la caña de la planta es fuerte. Son cultivos que entre noviembre y diciembre se arrancan, “por lo que su producción es rápida y su facilidad de cuaje muy alta”.

CIFRAS PROMETEDORAS

El pepino cerró la campaña 2010/2011 con 10 millones de euros más comercializados

■ E. Sánchez

Las cifras de comercialización del pepino durante la pasada campaña, la 2010/2011, son bastante buenas y satisfactorias para un sector que, hay que recordar, sufrió el varapalo de la ‘crisis de la E.coli’, y la cual supo superar con profesionalidad y trabajo esta adversidad. En este sen-

tido, según los datos recogidos del anuario 2011 de fhalmería, los más de 421 millones de kilos de pepino almeriense que se recolectaron en esa campaña alcanzaron un valor final comercializado de 245.780.000 euros, unos 10 millones de euros más que un año antes, cuando las empresas comercializadoras de la provincia factu-

raron, en conjunto, por el pepino, 236.366.000 euros. En cuanto a los datos actuales, el Observatorio de Precios de la Junta de Andalucía, en su último informe con fecha de 31 de mayo, establece que tras varias semanas de cotizaciones reducidas y ante la estabilidad de la demanda, los productores están optando por retirar las plantaciones más envejecidas, aliviando el mercado y favoreciendo la recuperación de los precios. Así, el pepino, en sus tipos francés y corto, es el producto que mejor ha respondido ante la actual reducción de la oferta, registrando un importante alza de los precios hasta alcanzar valores cercanos a los 0,35 euros el kilo.



■ El pepino es el que mejor está respondiendo en estos días. / FHALMERÍA

CONSOLIDACIÓN

Semilleros El Plantel crece a la par que aumenta el servicio que le ofrece al agricultor almeriense

EL GERENTE DE LA EMPRESA, MANUEL ESCUDERO, ASEGURA QUE HAN APOSTADO MUY FUERTE POR EL INJERTO EN TOMATE Y BERENJENA

Rafa Villegas

Semilleros El Plantel continúa imparable. Tras la apertura el pasado mes de mayo de sus nuevas instalaciones, en esta ocasión en el término municipal de Vícar, la empresa ha adquirido 25.000 metros de terreno más para ampliar su delegación de San Isidro, de los que, como ha confirmado su gerente, Manuel Escudero, "ya hemos construido 12.000 y el resto nos lo reservamos para futuras ampliaciones".

Todo ello es fruto de la buena acogida que tiene este semillero que apuesta siempre por ofrecerle al agricultor, fruto de un duro trabajo en investigación, plantas que le vayan a aportar algo más para que mejoren su rentabilidad. Lo cierto es que, en tan solo dos años de existencia, la delegación de San Isidro ha ofrecido sus servicios a tantos agricultores que ya representan "el 30 por ciento del volumen total de la empresa", según ha confirmado el gerente de la misma. Este porcentaje, no obstante, como no podía ser de otra manera, está abocado a descender, ya que la nueva delegación de Vícar hará subir, nuevamente, los números del conjunto de de-



El gerente de Semilleros El Plantel, Manuel Escudero, en la inauguración de Vícar. / FHALMERIA

legaciones que están ubicadas en la comarca del Poniente almeriense.

Tanto el semillero de Vícar como el de San Isidro cuentan con la última tecnología en puntos tan importantes como el riego, la fertirrigación, el control de clima y las estructuras. Y es que, la empresa se ha caracterizado desde sus comienzos por intentar estar siempre al lado del agricultor, ofreciéndole la mayor calidad e innovación para que siga confiando en la compañía.

Semilleros El Plantel siempre cuenta, además, con una delegación trabajando al máximo rendi-

miento. Ello se debe a que, por ejemplo, si bien es cierto que la primera semana fuerte en los semilleros de las zonas más bajas del Poniente almeriense fue la vigésimo cuarta del año, la que va del 11 al 17 de junio, en Berja, por el clima, como ha explicado Escudero "ya estamos a tope desde hace más de un mes. En julio, por ejemplo, lo estamos en todos".

INJERTOS

Lo que está aumentando considerablemente en las últimas campañas y, por lo tanto, están trabajando mucho en innovación e inves-

tigación en esta línea en El Plantel, es el número de tomates y berenjenas que se demandan injertados. Es por ello que desde esta empresa de semilleros aseguran que están apostando muy fuerte por el injerto, ya que año tras año se demuestra que es mucho más beneficioso y produce una mejora considerable en la producción.

Cabe recordar que, si bien es cierto que, por ejemplo, el tomate injertado presenta un coste superior al tradicional, también lo es que se necesitan la mitad de plantas y si se le une que el injertado proporciona una mayor producción queda más que asegurado que

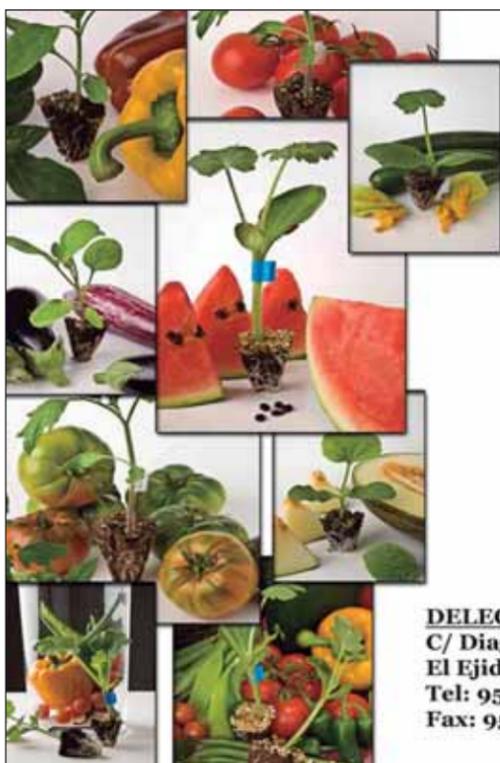
el agricultor se garantiza una mayor rentabilidad, que es lo que persiguen en El Plantel. Si el agricultor gana, ganamos todos, esa es la máxima de la empresa.

Además, Semilleros El Plantel garantiza a los agricultores que disponen "siempre de pie de berenjena, algo que es muy importante, puesto que para su desarrollo se necesitan entre 50 y 80 días", como ha asegurado Manuel Escudero.

PREVISIONES

Aunque aún es demasiado pronto para hacerse una idea de la distribución de los productos por superficie de cara a la próxima campaña hortofrutícola, ya se puede hablar de las primeras plantas que están demandando los agricultores.

Así, el gerente de Semilleros El Plantel ha asegurado que, "ahora mismo, lo que estamos notando es una disminución, con respecto a otras campañas en estas fechas, de los pedidos de dos hortalizas, fundamentalmente, berenjena y pepino. Por el contrario, sí se está demandando mayor cantidad, de momento, de pimiento". No obstante, como no podía ser de otra manera, Escudero ha recordado que "todavía pueden cambiar mucho estos datos conforme avancen las semanas". Más concretamente, Escudero asegura que "en un mes se podrán dar ya cifras concretas".



El Plantel
SEMILLEROS



Siempre al lado del agricultor

DELEG. SAN AGUSTÍN
C/ Diagonal, 36
El Ejido (Almería)
Tel: 950 602016
Fax: 950 090901

DELEG. DALÍAS
Ctra. Berja, km 7
Dalías (Almería)
Tel: 950 49 46 37
Fax: 950 494566

DELEG. SAN ISIDRO-NÍJAR
Paraje Las Almenas s/n
San Isidro-Níjar (Almería)
Tel: 950 090900
Fax: 950 090902

DELEG. LA MOJONERA
Ctra. Las Norias, 15
La Mojonera (Almería)
Tel/Fax: 950 330101

DELEG. VÍCAR
Ctra. Nacional 340
Vicar (Almería)
Tel: 950 090990
Fax: 950 090991

TODA SU NUEVA GAMA TIENE ALTA RESISTENCIA A AMARILLO

Mastil F1, el único temprano con color oscuro y alta resistencia a amarilleo

NUNHEMS ES TODA UNA REFERENCIA EN CULTIVO DE PEPINO, YA QUE TRABAJA CON LOS TRES TIPOS QUE EXISTEN EN EL MERCADO ESPAÑOL

■ Isabel Fernández

Nunhems, filial de Bayer CropScience, lanzó ya la campaña pasada Mastil F1, un pepino tipo holandés para temprano que, ya entonces, según Juan Carlos Rodríguez, técnico especialista de Pepino de Nunhems, “revolucionó el mercado”, entre otras cosas porque “une el hecho de tener un fruto muy oscuro con una elevada resistencia al virus del amarilleo”; una combinación, a priori, nada fácil de conseguir. En este sentido, Rodríguez afirmó que “con Mastil F1 conseguimos tener un buen color de fruto, un verde atractivo, muy oscuro, unido a una alta resistencia a amarilleo”, mientras que, según explicó, “antes, había algunas variedades que daban un color correcto, comercial, pero a las que les faltaba la resistencia a amarilleo”. Junto a todo esto, Mastil F1, variedad recomendada para su trasplante



■ Mastil F1 combina su resistencia al amarilleo con un fruto oscuro.

desde mediados de julio a finales de agosto, destaca por su “continuidad en la caída”, ofreciendo “una calidad muy homogénea” durante todo el ciclo. Asimismo, tiene una gran productividad.

Dentro de la gama de pepino holandés, para siembras de finales de septiembre a principios de octubre, Nunhems cuenta con Misil F1. Esta variedad destaca por su “elevada resistencia a amarilleo”; además,

gracias al tamaño de su fruto, que no es excesivamente largo, “Misil F1 facilita trabajar con los nuevos estándares de calidad de las cadenas de supermercados, al tener una longitud óptima durante todo el ciclo”.

Para ciclos más tardíos, en pepino largo, Nunhems cuenta con Yacare F1. Esta variedad “tiene una planta muy vigorosa”, tal y como afirmó Rodríguez, y, precisamente por ello, “lo recomendamos para fechas tardías”. “Debido a su alta resistencia a amarilleo y a su vigor, es aconsejable trabajar con dobles techos más abiertos”, explicó el técnico especialista de Pepino de Nunhems, quien insistió en el “vigor fuerte” y el “sistema radicular tan potente” de esta variedad.

La gama de pepino largo de Nunhems se completa con Taray F1, “variedad con triple resistencia: virus de las venas amarillas, amarilleo y oídio”. Precisamente por ello, “está siendo todo un éxito en ecológico”, ya que, en este tipo de plantaciones, “cuantas más resistencias tenga la variedad, mejor”. Taray F1, variedad indicada para primavera, destaca, asimismo, por su “potente sistema ra-

dicular, lo que permite hacer, incluso, un ciclo largo de producción”.

OTROS TIPOS

Si algo caracteriza a Nunhems es el hecho de ser una empresa de semillas que trabaja con los tres tipos de pepino que se cultivan en la provincia, lo que la hace ser un referente de confianza en el cultivo de pepino. Tanto en pepino francés como en pepino corto, cuentan con variedades para cubrir todo el ciclo, desde las plantaciones más tempranas a las más tardías. Así, en el caso del pepino francés, la casa de semillas cuenta con Rodano F1, para los ciclos más tempranos; Renoir F1, para ciclos medios-tardíos; y Arnaud F1, para ciclos tardíos.

Las tres variedades se caracterizan, según explicó Rodríguez, por “tener unos frutos cilíndricos, con espinas marcadas y un color muy oscuro”; luego, y dependiendo del ciclo para el que el cultivo esté indicado, “el porte de la planta se adapta más a unas condiciones o a otras, desde el calor más extremo, como es el caso de Rodano F1, hasta el frío, en el caso de Arnaud F1”.

En pepino corto, Nunhems sigue apostando por Dymas F1, Poseidon F1, Urano F1 y, por último, Cyclon F1; todas ellas destacan por “sus frutos espinosos y de color oscuro”, pero cada una adaptada a un ciclo de cultivo.

AMPLIO CATÁLOGO

Ibero Seeds destaca Akiles F1, pepino temprano que resalta por su color verde oscuro intenso

■ Elena Sánchez

La casa de semillas Ibero Seeds ha ofrecido siempre sus mejores productos a los agricultores almerienses. En esta ocasión, la intención es mostrar que cuenta una amplia variedad de pepino dentro de su catálogo de cara a la próxima campaña. En este sentido, uno de los materiales que quieren potenciar desde la entidad es Akiles F1, un pepino temprano “indicado para siembras en otoño, desde julio hasta mediados de septiembre; y en primavera, desde el mes de enero”, indica Diego Viñolo, director comercial de Ibero Seeds. Asimismo, Akiles F1 es una planta que “tiene muy buen vigor”, así como también cuenta con entrenudos cortos, fruto acanalado y de color verde oscuro. Para Diego Viñolo, una de las características



■ Producción de la variedad de pepino temprano Akiles F1. / IBERO SEEDS

principales de este pepino es que la calidad se mantiene “en todas las fases del cultivo. Además, hay que destacar que Akiles F1 es re-

sistente al virus de la amarillez, al virus de las venas amarillas y al oídio”. Igualmente, Ibero Seeds cuenta con otras ofertas dentro de

su catálogo de pepino, en este caso español, como Ibero F1, una variedad, ya comercial, que se caracteriza por su vigorosidad de ho-

jas de color verde intenso, así como es una planta muy apta para producciones en ciclos de otoño y primavera. Igualmente, Diego Viñolo ha explicado que Ibero F1 “es de floración abundante, con una a dos flores viables por axila”. De hecho, una de las cosas más destacadas de este pepino y que permiten que se adapte perfectamente a las exigencias de los mercados es que “los frutos son de color verde oscuro, de unos 12 centímetros de longitud y no presentan amarillez en ápice ni aristas”. Finalmente, el director comercial de Ibero Seeds ha indicado que esta nueva variedad de pepino español cuenta “con abundantes espinas blancas y es de aspecto muy atractivo. Además, es resistente a CYSDV/CVYV y oídio”.

Por otro lado, la casa de semillas ha dado a conocer que en estos momentos tiene otras variedades de pepino holandés que se encuentran en fase de desarrollo como son Espartaco e Invictus, dos materiales que, sin duda, darán de qué hablar cuando estén en el mercado.

MARCAN LA DIFERENCIA

Rijk Zwaan potencia sus variedades de pepino 'blueleaf' para cualquier momento de siembra

ESTAS PLANTAS TIENEN UNA RAÍZ FUERTE Y EL COLOR VERDE AZULADO DE LAS HOJAS ACTÚA COMO REPELENTE DE MOSCA BLANCA Y TRIP

■ E. Sánchez

La casa de semillas Rijk Zwaan está renovando el mercado de pepino con una gama que se diferencia del resto de empresas. Se trata del concepto 'blueleaf', una propiedad que hace que las plantas sean más saludables durante mucho más tiempo, mejorando también su apariencia con un color de hojas verde azulado. Según informa Rijk Zwaan, estas variedades pueden ayudar al agricultor a alcanzar los mejores resultados y no sólo en zonas donde el virus del amarilleo es un problema. Y es que, el color verde azulado de las hojas resulta menos atractivo para la mosca blanca y el trip, e incluso, se mantiene bajo la amenaza del virus de la vena amarilla o enfermedades fúngicas.

Las variedades 'blueleaf' generan más actividad fotosintética gracias al aspecto de sus hojas, ya que el verde azulado de las mismas significa que cuentan con una mayor cantidad de clorofila y, por tanto, la plantación llega a alcanzar una mayor capacidad de asimilación de la luz para los procesos vitales de la planta. Otra de las características que benefician al cultivo es que tiene una mayor potencia en la raíz. De esta forma, aumenta la capacidad de absorción de nutrientes y su distribución homogénea a toda la planta, dando lugar a mayor producción y mayor calidad del producto.

TEMPERATURA

Desde la casa de semillas Rijk Zwaan afirman que las variedades de pepino 'blueleaf' destacan por su adaptación a la temperatura. Según el equipo de investigación de la empresa, "la planta tiene una hoja más verde que es más activa y más capaz de asimilar los frecuentes cambios de temperatura y densidad de luz en el exterior del invernadero". Asimismo, 'blueleaf' mejora la proporción del crecimiento y producción, retrasando el amarilleo



■ Vista de un invernadero en el que, a la izquierda, se ve un cultivo tradicional y, a la derecha, un cultivo con 'blueleaf'. / RIJK ZWAAN

de la hoja y manteniendo el cultivo en condiciones de ofrecer frutos de calidad durante mucho más tiempo. Rijk Zwaan aconseja el cultivo de estas variedades en los invernaderos del Sureste peninsular, ya que los resultados alcanzados en las diferentes pruebas de campo avalan el buen desarrollo de la plantación con todas las mejoras que ofrece en relación a las variedades sin esta particular y novedosa característica.

PARA TODOS LOS CICLOS

La nueva característica de estas variedades de pepino no está, ni mucho menos, reñida con ningún ciclo productivo. De hecho, la casa de semillas ofrece variedades 'blueleaf' para cualquier momento de siembra, desde los cultivos más tempranos, a finales de los meses de julio y agosto, hasta los más tardíos, ya concluido el mes de septiembre. Este factor supone un valor añadido más a estos materiales, ya que responden a las necesidades de todos y cada uno de los productores de pepino de la provincia de Almería. Del mismo modo, cada una de las variedades, adaptadas a cada ciclo productivo, cuentan, además, con todas las características necesarias para que nada fa-



■ El color verde azulado de las hojas es una de las señas de identidad de 'blueleaf'. / RIJK ZWAAN

lle en la campaña. Uno de los aspectos más buscados por el agricultor, como el equilibrio de la planta y la continuidad de fruto a lo largo del ciclo está bien cubierto con 'blueleaf', ya que estas va-

riedades de pepino se aventajan por su gran proporción entre crecimiento y producción. Y es que no sólo basta con que la planta crezca, sino que, a medida que lo hace, la cantidad de frutos que

ofrece debe mantenerse estable. En este sentido, las variedades 'blueleaf' retrasan el amarilleo de la hoja y mantienen el cultivo en condiciones de dar frutos de calidad durante mucho más tiempo.

SE ADAPTA A LAS EXIGENCIAS DEL MERCADO

Pradera RZ, una variedad que se adapta muy bien a las fechas de cultivo extratempranas

SE TRATA DE UN FRUTO QUE REACCIONA MUY BIEN AL AMARILLEO Y AL MILDIU. ADEMÁS, SU RAÍZ ES UNA DE LAS MÁS FUERTES DEL MERCADO

■ Elena Sánchez

Pradera RZ es una variedad que forma parte del concepto 'blueleaf' recomendada para siembras de ciclo temprano, de mediados de julio hasta finales de agosto, para que termine entre el mes de diciembre y primeros días de enero. Se caracteriza por ser uno de los materiales que más producción aporta en poco tiempo, además de que se adapta totalmente a las exigencias actuales del mercado, ya que aporta residuo cero y fruto ecológico, "porque son menos sensibles a problemas fúngicos, tiene una alta resistencia al oídio y es muy poco sensible al mildiu", indica José Luis Ruipérez, responsable de pepino y pimiento de Rijk Zwaan.

Esta variedad de pepino destaca por ser una planta equilibrada, que no muestra altibajos a lo largo del ciclo, por lo que el tiempo de parada entre la caña y el rebrote es muy corto. Una de las ventajas más destacadas de Pradera RZ es la fortaleza de su raíz, de ahí que sea una planta que recupere rápido la producción. Su concepto 'blueleaf' hace que se trate de una planta muy abierta y muy negra desde el primer día hasta el último, por lo que se conserva mucho mejor y tarda más tiempo en envejecer. Según destaca José Luis Ruipérez, "se trata de una planta que en pocos días está en plena actividad, el fruto lo engorda muy rápido y, en cuanto a la lucha integrada, los insectos auxiliares se adaptan muy bien y en poco tiempo".

Otra característica a tener en cuenta de Pradera RZ es que durante todo el ciclo productivo, el agricultor no va a ver ninguna mata mareada ni tampoco va a experimentar quema de cogollos, dos aspectos más que importantes para el resultado final de la campaña. La forma del fruto es perfecta, es un pepino de color negro y su textura acanalada es muy importante. Finalmente, para el agricultor, el manejo de la planta es muy fácil y su adaptación es perfecta a diversos climas y tratamientos con aguas más o menos salinizadas.



■ Se trata de una planta muy abierta y muy negra desde el primer día hasta el último, por lo que se conserva mucho mejor. / RIJK ZWAAN



■ Pradera RZ destaca por su textura acanalada. / RIJK ZWAAN

CARLOS FERRER, AGRICULTOR DE PRADERA RZ

“Me quedo con Pradera RZ por la fortaleza de la planta”

Carlos Ferrer es un agricultor almeriense que lleva dos campañas trabajando con Pradera RZ y, según asegura, "el próximo año voy a seguir con este pepino porque me encanta por la fortaleza de la raíz, que hace al fruto muy resistente a la quema de cogollos". Además, para este agricultor, Pradera RZ es "único" porque da un fruto de color oscuro "muy característico", así como también su calibre "es perfecto para su comercialización. Es muy rápido para engordar y el cuaje lo

hace de manera excepcional". En cuanto a las resistencias de Pradera RZ, Carlos Ferrer se muestra tranquilo, puesto que "no le afecta nada el oídio, es muy resistente a la ceniza, cuando otros pepinos dan muchos problemas al respecto, y el índice de amarilleo es muy bajo". Otra de las características más destacadas por Carlos Ferrer es que "se trata de una planta que tiene una producción muy escalonada y apenas hay espacio de tiempo entre la caña y el rebrote".

En los dos años que este agricultor lleva trabajando con Pradera RZ, afirmó estar "muy satisfecho, ya que su productividad es alta, la forma del fruto es muy buena, el cultivo tiene un aspecto sano en todo momento y la planta se adapta muy bien a los cultivos extratempranos".

PARA SIEMBRAS DE AGOSTO Y FINALES DE SEPTIEMBRE

Sendero RZ ofrece al agricultor un fruto de calidad y seguridad y una alta productividad

ESTA VARIEDAD TIENE UNA ALTA RESISTENCIA A CENIZA, POR LO QUE ESTÁ MUY PREPARADA PARA PASAR EL INVIERNO SIN NINGÚN PROBLEMA

■ Elena Sánchez

“Si quieres calidad, seguridad y una alta productividad, pon Sendero RZ”. Así de contundente se muestra José López, agricultor de esta variedad de pepino ‘blueleaf’ que tiene su finca en Las Marinas, y que asegura que “en los dos años que llevo trabajando con ella he podido comprobar que es una planta con un sistema radicular muy potente”. Sendero RZ está recomendado para siembras de finales de agosto hasta finales de septiembre, ya que está muy bien preparada para pasar el invierno, gracias a su alta resistencia a la ceniza. De hecho, José López indica que “estoy muy contento con este pepino porque se adapta perfectamente a las exigencias del mercado, ya que no precisa apenas de uso de materias activas gracias a su capacidad de resistencia ante enfermedades”.

Igualmente, Sendero RZ destaca por ser una planta muy productiva y bastante rápida, ya que “entre finales de agosto y septiembre va soltando los kilos muy rápido. Además, he podido comprobar que, en zonas benignas



■ Producción de Sendero RZ en interior de un invernadero. / RIJK ZWAAN

como la mía, se pueden hacer trasplantes más tardíos con la garantía de pasar el invierno sin problemas. Puedes trasplantar perfectamente a finales de septiembre, que vas a tener un fruto de gran calidad, una planta perfecta

y un manejo tan fácil como si estuvieras trabajando con ella un mes antes”.

Gracias al concepto ‘blueleaf’, esta variedad permite que la planta sea muy negra, con un fruto muy oscuro y que sea muy sen-

cilla de trabajar. Su productividad es muy continua, “no tiene parón entre la caña y el rebrote y durante todo el ciclo el pepino es muy parejo, con una calidad sostenida”.

En cuanto a la comercialización del fruto, José López se ha mostrado bastante satisfecho, puesto que “lo he vendido muy bien cada campaña y la acogida en el mercado es perfecta. Este pepino tiene todo lo que demanda el sector, es un fruto muy oscuro, acanalado, no es un pepino que se vaya de calibre y el fruto tanto de caña como de rebrote es igual”.

VIGOR EQUILIBRADO

Sendero RZ destaca por ser una planta fuerte, sin embargo, según el agricultor José López, “cuando se descarga es una planta contenida. Su vigor es equilibrado, ya que no tiene mucha vegetación, por lo que engancha mucho fruto”. Y es que, como asegura, “yo, a Sendero RZ, le he cortado dos cañas, he terminado con la primera y luego he empezado por abajo otra vez. Es decir, es una variedad que desarrolla un fruto,

pero, después, tiene otro que crece cuando cortas el primero”.

En el caso del desarrollo del fruto, una de las ventajas de este material es que no muestra quema de cogollos, “ni siquiera en plantaciones tempranas (20 de agosto). Además, he comprobado que no genera cuello de botella, rellena muy bien y finaliza de la misma manera”.

FRUTOS POR ENTRENADO

En cuanto a producción se refiere, la variedad Sendero RZ está dejando muy buenas sensaciones y cubriendo las expectativas de quien lo está trabajando. De hecho, por entrenado, se logran entre dos y tres pepinos, sin duda, una buena media productiva. Además, lo bueno que tiene también es que, durante toda la campaña agrícola, la producción “se mantiene constante, sin picos altos ni bajos, con un fruto que mantiene las estrías que pide el mercado”. Y además, Pradera RZ convence porque responde muy bien en diversas zonas de producción y en distintas estructuras.



■ José López está muy satisfecho con Sendero RZ por su alto rendimiento en campo.

PRODUCTORES EXTRACOMUNITARIOS

Turquía se perfila como un importante competidor por la coincidencia de calendarios

I. Fernández

Turquía se perfila como un importante competidor del pepino almeriense, debido, fundamentalmente, a la coincidencia en los calendarios de producción del país euroasiático y España, así como por su gran capacidad productiva. Así se desprende del 'Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería 2010/2011', elaborado por la Fundación Cajamar y que sitúa a Turquía como el origen más a tener en cuenta fuera de la Unión Europea (UE).

En cualquier caso, y de momento, este país cuenta apenas con una cuota de mercado del 1'3%; sin embargo, esta cifra es suficiente para ser considerado el 'rival' a tener en cuenta. Y es que este número le basta para ser el principal competidor extracomunitario y, por tanto, no un competidor cualquiera. Pese a todo, durante la campaña objeto de análisis por parte de la Fundación Cajamar, el país euroasiático exportó 12.587 toneladas de pepino, casi un 26% menos que un año antes, cuando sus ventas de pepino a la UE sumaron casi 17.000 toneladas.

Mientras la cuota de mercado turca es apenas del 1'3%, España llega a copar el 70% del mercado europeo de esta hortaliza entre los meses de noviembre y febrero, según Cajamar. Asimismo, y tal y como apuntan

desde el sector agrícola provincial, cuando el mercurio alcanza sus mínimos en el Viejo Continente, la costa granadina y la provincia de Almería se hacen con, prácticamente, todo el mercado comunitario de esta hortaliza. De media, durante toda la campaña, España cuenta con una cuota de mercado cercana al 50%.

Con estos números, este país es, hoy por hoy, el principal exportador de pepino de la UE, por delante, incluso, de Holanda. De hecho, según los datos manejados por la Fundación Cajamar, España exportó 485.825 toneladas de pepino durante el último ejercicio cerrado, un 13'4% más que un año antes, mientras que Holanda, por su parte, puso punto y final a su campaña con un retroceso en sus exportaciones del 4'81%, hasta situarse en las 320.900 toneladas.

Alemania y Bélgica, por último, aunque se mueven en cifras muy distantes a las de las dos grandes potencias exportadoras de pepino, incrementaron sus ventas fuera de sus fronteras de forma considerable; así, mientras las exportaciones germanas crecieron un 27%, las belgas se incrementaron en más de un 28%. En cualquier caso, en este contexto, España, y con ella Almería, continúa al frente de las exportaciones de pepino a la Europa de los Veintisiete.

BALANCE

Las exportaciones crecieron un 10% la pasada campaña

EN VOLUMEN, YA SON DOS LOS EJERCICIOS CONSECUTIVOS EN LOS QUE CRECE LA VENTA DE PEPINO EN EL MERCADO EXTRANJERO

Isabel Fernández

Almería exportó la pasada campaña 305.495 toneladas de pepino, un 9'6% más que en el ejercicio 2009/2010, según recoge el 'Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería 2010/2011', elaborado por la Fundación Cajamar. La pasada fue la segunda campaña consecutiva en la que las exportaciones de esta hortaliza crecían; de hecho, se pasó de las 263.044 toneladas comercializadas en el exterior en el ejercicio 2008/2009, a las 278.718 en el 2009/2010 y, de ahí, a las más de 300.000 de hace un año.

En el caso del último ejercicio cerrado en la provincia, según Cajamar, este aumento de las exportaciones se debió a un incremento de la oferta en origen. Ambas cosas trajeron consigo un aumento del valor de esas ventas y, al igual que el volumen, también se cifró en un 9'6%. De este modo, las empresas de la provincia facturaron más de 230 millones de euros, gracias a la comercialización en los mercados foráneos de esta hortaliza.

El pepino, pese a ser el epicentro de la llamada crisis de la 'E.



■ Su facturación superó los 230 millones de euros. / FHALMERÍA

coli' contribuyó, paradójicamente, a incrementar las exportaciones almerienses a Alemania y, de hecho, según apunta el informe de Cajamar, fue una de las hortalizas que vio crecer sus ventas en este país.

SIGUEN CRECIENDO

Pero el aumento de las exportaciones de pepino durante la pasada campaña no fue, ni mucho menos, un espejismo; de hecho, desde septiembre y hasta el pasado mes de marzo, según datos de la

Administración andaluza, las exportaciones de frutas y hortalizas de la provincia no han hecho más que crecer y, entre ellas, claro está, también las de pepino. El producto de la provincia alcanzó una cuota de mercado superior al 13% en el primer trimestre del año sobre el total de las ventas provinciales. Con estos números, el pepino se mantiene firme como el tercer producto más comercializado en el exterior por las empresas de Almería, sólo por detrás de tomate y pimiento, hoy por hoy, las dos hortalizas más internacionales.

EN EXPANSIÓN

La lucha integrada en cultivo de pepino supera las 2.300 hectáreas

I. F. G.

El uso de lucha integrada en los cultivos de pepino crece paso a paso. De hecho, en la actual campaña, según los datos facilitados por la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca de la Junta, en esta campaña 2011/2012, han sido 2.350 las hectáreas que en toda la provincia se han cultivado con control integrado de plagas, un 18% más que un año antes, cuando esta cifra era apenas de 1.991 hectáreas de cultivo.

Pese a todo, aún es mucho el camino que queda por andar para implantar el control biológico en todos los invernaderos de pepino; por ello, las empresas de control biológico de la provincia afinan sus procesos y, tras lograr el éxito en pimiento, y poco a poco también en tomate, ahora se lanzan a por el pepino. Éste es el caso, por ejemplo, de Agrobío, empresa que ya trabaja en la mejora de la lucha integrada en pepino y, de hecho, en esta campaña, ha contado con entre 600 y 700 hectáreas en pro-

ducción con muchas de las comercializadoras de la provincia.

Tal y como explicó su responsable de Calidad, Francisco Torres, recientemente, en este ejercicio, "hemos avanzado bastante" y, lo que es más importante aún, "los resultados están siendo muy buenos". A su juicio, hasta ahora, el problema era que "las dosis de suelta no eran las adecuadas"; sin embargo, poco a poco, técnicos y agricultores van afinando las dosis y todo apunta a que, en breve, la superficie seguirá creciendo.



■ Cultivo de pepino. / FHALMERÍA

PRIMERAS SEMILLAS

Cristalplant ofrece a sus agricultores todo tipo de tomate para la nueva campaña

EL SEMILLERO YA ESTÁ HABLANDO CON LOS PRODUCTORES PARA VER CUÁLES VAN A SER SUS PREFERENCIAS ESTE AÑO. SE PREVÉ MÁS INJERTO

■ Elena Sánchez

El semillero Cristalplant está en pleno proceso de preparación para la próxima campaña agrícola y por estas fechas ya “estamos echando los primeros injertos de tomate”, según ha adelantado Víctor García, responsable de producción de Cristalplant en Campohermoso. De hecho, estas semanas están dedicadas a intercambiar opiniones con los agricultores y a escuchar lo que éstos tienen pensado hacer para la nueva campaña. “Nosotros estamos ofreciendo al productor todo tipo de tomate, trabajamos con cherry, rama, verde, suelto, etc.”. El trabajo de Cristalplant es



■ Víctor García junto con Emilio Matarí, comercial de Cristalplant en Níjar. / FHALMERIA

poner a punto la semilla y, dependiendo del cepellón, desde que se echa la semilla hasta que se entrega al cliente pasan unos 30 días, a excepción del Big Plant que pa-

san 45 días. Parece ser que la tendencia de este año es que “aumente el número de injerto, ya que es una técnica que también se puede emplear en ciclos largos. Este tipo

de ciclo es el que últimamente prefiere el agricultor, ya que se ahorra más dinero”. Igualmente, Víctor García ha destacado que “el agricultor cada vez se decanta más

Clientes que sólo trabajan con Big Plant

Cristalplant cuenta con una serie de agricultores que únicamente quieren trabajar ya con Big Plant. De hecho, Víctor García ha explicado que “sobre todo lo hacen con cultivos de primavera, ya que, como las siembras son a primeros de enero, piden sembrar un mes más tarde, cuando ya han pasado los fríos, y llevarse una planta más grande. El objetivo es que ellos no tengan la planta en sus tierras y sí en un semillero, donde las condiciones que tenemos son mejores y la semilla reacciona mejor al trasplante”.

por el injerto en Big Plant y con siembras de primeros de agosto para arrancar en diciembre. Así comienzan a sembrar de nuevo a mediados de enero y evitan el frío y tener que perder dos o tres ramos, algo que suele ocurrir en esta zona con las heladas que se registran durante el invierno”.

Contigo siempre

Nuestra experiencia y calidad es garantía de tu éxito.

Semillero

CRISTALPLANT

www.cristalplant.es
info@cristalplant.es

Delegaciones:

Central

Paraje La Cumbre s/n 04717
 San Agustín El Ejido (Almería)
 Tel. 950 565 032
 Fax. 950 536 375

El Viso

Paraje El Viso s/n 04113
 Níjar (Almería)
 Tel./Fax. 950 612 723

Aldeillaplant

Paraje La Cumbre s/n 04700
 El Ejido (Almería)
 Tel./Fax. 950 497 826

Cartabona

Paraje La Cartabona s/n 04700
 El Ejido (Almería)
 Tel./Fax. 950 606 441

Níjar

Paraje El Rodón s/n 04110
 Campohermoso (Almería)
 Tel. 950 366 969
 Fax. 950 366 735

PREFERENCIAS DE LOS MERCADOS

Las cadenas de distribución son cada vez más exigentes con los calibres

EL TAMAÑO DEL PEPINO TIPO HOLANDÉS, QUE SE VENDE POR PIEZAS, SE AJUSTA CADA VEZ MÁS, MIENTRAS QUE EL PEPINO FRANCÉS SE ALARGA

■ Isabel Fernández

Cada mercado tiene sus exigencias y, cada año, las tendencias son diferentes; sin embargo, y en el caso del pepino, desde hace un tiempo, las comercializadoras de la provincia se están encontrando con que las cadenas de distribución se están volviendo mucho más exigentes con los calibres de los frutos. Así lo afirmó Joaquín Jiménez, comercial de Ejidomar, quien apuntó que, en función de cada mercado, bien sea Inglaterra, Polonia o Alemania, entre otros muchos, “cada uno exige un calibre”. De hecho, en el caso del pepino holandés, “el mercado es ahora mucho más exigente con los calibres de lo que lo era antes”. Según explicó, ésta es una tendencia que viene notándose, sobre todo, desde hace unos tres o cuatro años. En este tiempo, “hemos visto cómo algunos calibres eran más comerciales que otros”.

En las comercializadoras parecen tenerlo claro. El problema surge cuando hay que trasladar esta máxima al campo. “El agricultor siempre busca cuantos más kilos, mejor, quiere un calibre grande”, comentó y añadió que, “por eso, nuestros técnicos tienen que asesorar al agricultor y sugerirle que busque variedades con calibres más comerciales”. Jiménez lo tiene muy claro y es que “tenemos que plantar lo que se vende” y no cultivar un producto que, más adelante, no tenga salida comercial. El caso del pepino holandés no es único; de hecho, en el francés, los calibres también están siendo ‘víctimas’ de unas mayores exigencias, aunque, en este caso, ocurre justo lo contrario: las cadenas buscan un producto algo más grande. Así lo confirmaron desde Agroejido, por ejemplo, desde donde apuntaron que, en el caso del pepino francés, “lo quieren algo más grande”.

Desde las comercializadoras de la provincia insisten en la conveniencia de ajustar los calibres a lo que realmente pide el mercado.



■ El mercado demanda un pepino tipo holandés con un calibre algo más ajustado que hace unos años. /FHALMERÍA

Sin embargo, son conscientes de la disyuntiva en la que, en ocasiones, se pueden encontrar las casas de semillas, que “buscan calibres grandes porque es lo que quiere el agricultor” que, en última instancia, es quien decide lo que se pone en su finca o no, según explicó Joaquín Jiménez. Desde las comercializadoras, por su parte, no pueden más que “pagar mejor el producto que se ajusta a lo que queremos”, ya que, de lo contrario, tanto ellas como los productores pierden dinero.

Por su parte, desde las casas de semillas no son ajenos a esta realidad y, de hecho, Juan Carlos Rodríguez, técnico especialista de Pepino de Nunhems, confirmó que, en el caso del pepino tipo holandés, “el mercado está demandando frutos que no sean excesivamente largos”. En este sentido, llamó la atención sobre el cada vez mayor “poder” de las grandes cadenas de supermercados, que imponen, cómo no, sus estándares de calidad y que el sector, por su parte, debe cumplir si quiere que su producto tenga una salida comercial. En el caso del pepino francés, el técnico especialista de Pepino de Nunhems confirmó que en mercados como, por ejemplo, el portugués, “se demandan unos frutos algo más grandes”, con lo cual, también hay que buscar una



■ Las comercializadoras abogan por plantar aquello que se pueda vender. /FHALMERÍA

respuesta comercial para estas nuevas exigencias.

Teniendo esto en cuenta, desde las casas de semillas ya se han puesto manos a la obra para desarrollar variedades que respondan a esas nuevas demandas de los mercados. Las comercializadoras de la provincia, por su parte, hacen lo propio con sus agricultores, asesorándoles e indicándoles la conveniencia de cultivar variedades que, una vez recolectadas, tengan una buena salida comercial.



■ Unos calibres se alargan mientras otros se reducen.

INNOVACIÓN

Semilleros Crisel desarrolla una técnica para obtener dos tallos de calidad en tomate injertado

AUNQUE LA VARIEDAD EMPLEADA TAMBIÉN INFLUYE EN EL ÉXITO, DESDE LA EMPRESA ASEGURAN TRASPLANTES EXCEPCIONALES

■ CIA

Semilleros Crisel ha desarrollado una nueva técnica de injerto para cultivo de tomate que, según afirman desde la empresa, permite acabar con la problemática existente con los injertos a la hora de obtener dos tallos. Gracias a su nuevo método, ya listo para la próxima campaña, desde Semilleros Crisel dicen con rotundidad que “es posible obtener dos tallos desde el semillero”, aunque recuerdan que, en cualquier caso, la variedad empleada para injertar tiene mucho que decir. “Todo de-

pende del tipo de variedad, ya que no todas se comportan igual”, explican.

Pese a todo, desde Semilleros Crisel afirman que “obtener dos tallos de excelente calidad para un trasplante excepcional”, hoy por hoy, y gracias a su nueva técnica,



■ Tren de riego de tomate.

ca, es ya “una realidad”. De este modo, terminan con uno de los problemas que más preocupa a los productores de tomate de la provincia almeriense. Pero, si bien es cierto que la principal novedad de cara a la próxima campaña es su nueva técnica de injerto para tomate, también lo es que, en Semilleros Crisel, son especialistas en injerto de sandía, melón, pepino y berenjena.

Semilleros Crisel, empresa que cuenta ya con más de veinte años de experiencia en el sector, fue la primera en el sector de los semilleros en obtener el certificado de calidad ISO 9002, que la acredita como productores de plantas hortícolas certificadas por AENOR. Desde su creación, en 1989, hasta la actualidad, se ha dotado de las últimas tecnologías para ofrecer el mejor servicio al agricultor.



■ Semilleros Crisel garantiza el desarrollo de una muy buena raíz.

¿QUIEN DIJO Que el injerto de tomate no se puede hacer a 2 tallos en Semillero?.



En

CRISEL
SEMILLEROS

lo HACEMOS
y lo
DEMOSTRAMOS

GARANTIZADO

Nos avalan los clientes que ya lo han probado

Triunfal mayor producción en enero y febrero.

www.syngenta.es

syngenta®

Y siéntate
a esperar
el frío.



Especial Industria auxiliar y lucha integrada

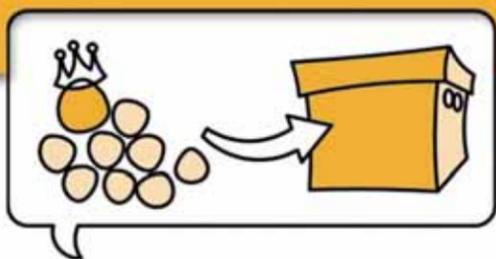


Lucha integrada, plásticos, maquinaria...

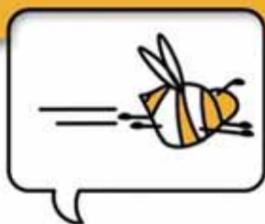
En apenas cuarenta días miles de agricultores trabajan en una actividad frenética para poner a punto sus fincas de cara a la próxima cosecha. La industria auxiliar juega ahora un papel muy importante para que la nueva campaña agrícola aporte los beneficios deseados. La

lucha integrada ocupa un lugar de referencia gracias a que ha conseguido cambiar la forma de hacer frente a los enemigos de las hortalizas. En los centros de producción se reproducen auténticos ejércitos de insectos necesarios para la próxima cosecha.

agrobío *vuela* ...



las mejores
condiciones



express
24 en menos de
horas



bio polinización
y **control**
biológico



+ producción
+ calidad

PUESTA A PUNTO

Cada agricultor invertirá unos 20.000 euros sólo para poder iniciar la nueva campaña agrícola



■ Ésta será la imagen más vista en los invernaderos de la provincia en las próximas semanas. / FHALMERÍA

LAS EMPRESAS DE LA INDUSTRIA AUXILIAR AFINAN SUS ÚLTIMAS NOVEDADES PARA QUE NADA LE FALTE A LOS PRODUCTORES

■ Isabel Fernández

Muchos de los agricultores de la provincia se encuentran en estos días haciendo mil y un cálculos, pensando en cómo afrontar la próxima campaña. Un ejercicio en el que muchos de ellos tendrán que volver a realizar una inversión más que importante si quieren, únicamente, poner en marcha la explotación. De hecho, según recoge el último 'Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería 2010/2011', elaborado por la Fundación Cajamar, los costes de producción de una explotación tipo de una hectárea ascienden, a lo largo de todo el ejercicio, a casi 60.000 euros; unos 20.000 euros, sin embargo, son los mínimos para poder iniciar la campaña, los equivalentes a los gastos de semillas, fertilizantes, fitosanitarios o control biológico, junto con costes en estructuras o plásticos, entre otros muchos.

El mayor gasto que afrontan los agricultores campaña tras campaña es el derivado de la compra de semillas. Un gasto que, de hecho, supone más del 8% del total de la inversión anual, unos 4.700 euros por hectárea durante el último ejercicio analizado por Cajamar, el 2010/2011. Pero, ni mucho menos, es el único. La inversión en fertilizantes, a lo largo de toda la campaña, roza los 4.000 euros, un 7% del total, mientras que los gastos en control químico y biológico, de forma conjunta, suman más de 3.300 euros, de media, el 5'9%. En todos estos casos, la inversión realizada por los agricultores creció, en mayor o menor medida, durante la campaña 2010/2011 en relación al ejercicio precedente.

Por citar sólo un ejemplo, las partidas destinadas a control biológico se incrementaron de forma considerable durante el ejercicio analizado, un 6'2%. Según explica el informe realizado por la Fundación Cajamar, este aumento en los gastos se explica no tanto por el incremento de los precios de los depredadores naturales, como por el aumento de la superficie cultivada bajo métodos de control biológi-

co. En este sentido, el informe recoge, textualmente, que "el valor unitario de estos organismos de control biológico, por cultivo y hectárea, ha descendido con respecto al período de referencia"; sin embargo, "al crecer la superficie que emplea este tipo de técnicas y extrapolar la cantidad al conjunto invernadero, el resultado es un incremento en el coste general".

ESTRUCTURAS

Semillas, fertilizantes o fitosanitarios son, en cualquier caso, costes corrientes. Junto a ellos, los agricultores deben tener en cuenta otros como las estructuras de invernadero, el plástico o los sistemas de riego; todos ellos son gastos de amortización, entre otras cosas, porque se refieren a inversiones que, ni mucho menos, tendrán una sola campaña de duración. Por suerte, las estructuras de invernadero o los plásticos son insumos que, a priori, perdurarán en el tiempo, pero que, aún así, generan unos gastos muy a tener en cuenta en la explotación. De ahí que las empresas de todo el sector se afañen por ofrecer soluciones cada vez



■ Los gastos en estructuras, entre los más altos. / FHALMERÍA

más duraderas en el tiempo y con unos costes, en la medida de sus posibilidades, ajustados. El objetivo no es otro que aportar su pequeño granito de arena al mantenimiento de la renta del agricultor.

En este sentido, y según las estimaciones de Cajamar, los gastos de estructura de invernadero suponen unos 4.000 euros, el 7'1% del total de costes. Los plásticos, por su parte, suman más de 3.200

euros (5'8%), mientras que los derivados, por ejemplo, del sistema de riego suponen más de 2.200 euros (3'9%). En el caso concreto de los plásticos, su coste se incrementó durante la campaña analizada por Cajamar en un 4% con respecto al ejercicio precedente, entre otras cosas, "debido al incremento del precio del barril de petróleo".

Así las cosas, en días como hoy, los productores andan afinando sus

PUESTA A PUNTO

presupuestos, buscando propuestas y, cómo no, interesándose por conocer qué le ofrecen todas y cada una de las empresas del sector auxiliar de la agricultura. Compañías que, por su parte, trabajan en la mejora continua de sus productos con la clara intención de hacerlos cada vez más útiles a las demandas de los agricultores.

LUCHA INTEGRADA

Tal y como se apuntaba con anterioridad, los gastos en control biológico crecieron durante el ejercicio analizado por Cajamar y lo hi-

cieron no por un incremento en el precio de la fauna auxiliar, sino por un aumento en la superficie cultivada bajos estos métodos. De hecho, según los datos facilitados por la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca de la Junta, durante la pasada campaña, la superficie cultivada con control biológico en la provincia se situó en 20.081 hectáreas, en torno a 500 más que un año antes, cuando las hectáreas cultivadas con la ayuda de depredadores naturales sumaron 19.525.

El empleo de la lucha integrada creció, prácticamente, en todos los cultivos: berenjena, calabacín, pe-

pino, tomate, e incluso pimiento, vieron crecer su número de hectáreas. Pero si hay algún caso que llama especialmente la atención es el del tomate. Desde 2007, año del boom de la lucha integrada en la provincia, fueron muchas y variadas las dificultades para poner en marcha el nuevo método de cultivo en esta hortaliza; sin embargo, poco a poco, el esfuerzo realizado por las distintas empresas de control biológico ha dado sus resultados y, si bien es cierto que hace un año eran en torno a 2.600 las hectáreas con control biológico, en la actual, se han superado las 3.000.



■ Agricultores destinan unos 900 euros/ha. a control biológico.

El control biológico en tomate, al alza

Si ya en la actual campaña el uso de control biológico en tomate ha crecido de forma considerable, lo hará aún más durante el próximo ejercicio. Así lo apuntan desde la Delegación de Agricultura y Pesca de la Junta y también desde el propio

sector. Las empresas productoras y comercializadoras de fauna auxiliar han trabajado, y trabajan, mucho por mejorar sus técnicas y, hoy por hoy, éstas ya han dado resultados.

Tanto es así que, según apuntaron desde la Delegación, “se prevé un incremento notable en el control biológico en tomate”, un control biológico que “se está aplicando con la suelta de insectos en los propios semilleros, lo que multiplica por cinco la eficacia”.



■ Cultivo de tomate. /FHALMERÍA

syngenta
te ofrece
todo
lo que necesitas
para el Manejo Integrado de Cultivos

- Semillas** de gran calidad.
- Productos** fiables y muy eficaces.
- Técnicos** experimentados y... naturalmente
- insectos y ácaros** beneficiosos.

Syngenta Bioline Iberia ☎ 950 348 711
bioline.spain@syngenta.com | www.syngenta-bioline.co.uk

Bioline **syngenta**

Especialistas en Manejo Integrado de Cultivos (ICM)

SOTRAFA

Una nueva doble cámara apta para todos los cultivos

■ I. F. G.

Sotrafa continúa mostrando las 'bondades' de su nueva doble cámara Sotrafilm DC Alta Transparencia, un producto que ya presentó durante la pasada edición de Expo Agro y que también llevó hasta ExpoLevante. En este sentido, Gregorio Montes, comercial de Sotrafa, llamó la atención sobre la gran acogida del producto entre los agricultores y, de hecho, dijo que, según muchos de los que ya la habían probado antes de ser un producto comercial, "es el mejor plástico que ha pisado sus invernaderos".

Montes recordó que Sotrafilm DC Alta Transparencia cuenta con una transmisión global de luz visible (TGLV) del 97%, cifra muy superior a la media del resto de cámaras de este tipo y que ronda el 90%. De ahí que Sotrafilm DC Alta Transparencia sea "prácticamente como un cristal". Asimismo, indicó que esta alta transmisión la hace apta "para cualquier cultivo", mientras que, hasta ahora, "las dobles cámaras se ponían, principalmente, en cultivos de pepino". Esta doble cámara contribuye a evitar las oscilaciones térmicas entre el día y la noche y, además, cuenta con un importante efecto antigoteo, lo que reduce en gran medida la aparición de enfermedades fúngicas.

Por otro lado, Montes se refirió al éxito que, poco a poco, van cosechando las canaletas Revlam, que vieron la luz hace apenas un año. En este sentido, afirmó que "han tenido una aceptación bastante importante porque, aunque es un producto para largo tiempo, el agricultor que lo ha puesto está viendo lo bueno que es". En esta línea, el comercial de Sotrafa se refirió a la vocación innovadora de su empresa, una vocación que hunde sus raíces en "las necesidades del agricultor".

Por último, Montes valoró la participación de su empresa en ExpoLevante, un evento al que acuden "desde sus inicios". Según comentó, "tenemos una gran presencia en la zona, con productos punteros para el agricultor" y, teniendo en cuenta que "ésta es una feria enfocada al agricultor, para nosotros era importante estar aquí".

MAS AVANCES

Agrobío prevé que el control biológico en tomate alcance al de pimiento en "próximas fechas"

ESTA EMPRESA 100% ALMERIENSE MULTIPLICÓ POR 10 EL NÚMERO DE HECTÁREAS CON SUELTA DE 'NESI' EN SEMILLERO EN SÓLO UN AÑO

■ Isabel Fernández

El control biológico de plagas en tomate es cada vez más una realidad y, de hecho, en esta campaña, el número de hectáreas cultivadas bajo este método ha crecido un 20%. En este progreso, Agrobío ha tenido mucho que decir y, de hecho, la empresa trabaja desde hace años en la mejora de los procesos para conseguir que, poco a poco, la lucha integrada en tomate sea tan real como ya lo es en pimiento. En este sentido, José Antonio Santorromán, gerente de Agrobío, afirmó recientemente en la 'II Jornada de Control Biológico en Invernadero. Situación y Perspectiva en Tomate', organizada por la Fundación Cajamar, Biocolor y la propia Agrobío, que, en próximas fechas, se podrá hablar de que la producción de tomate con control biológico habrá alcanzado a la de pimiento. "Creo que ya estamos ahí", comentó y añadió que, "el año pasado, el incremento fue espectacular y creo que este año va a seguir siéndolo". Asimismo, insistió en la importancia de que, poco a poco, este método



■ La empresa presentó sus últimos avances en ExpoLevante. / FHALMERÍA

de cultivo se vaya asentando en el tomate. Para ello, empresas como la suya siguen trabajando y mejorando los procesos y, lo que es más importante aún, obteniendo resultados.

SUeltas EN SEMILLERO

Tanto es así que Agrobío ha logrado multiplicar por 10 las hectáreas de cultivo de tomate para las que se han realizado sueltas de *Nesiodorcoris tenuis* en semillero en sólo un año, pasando de apenas 350 hectá-

reas en 2010 a 3.000 en 2011. Así lo afirmó Paula Sacot, técnico de la empresa, durante la presentación llevada a cabo en ExpoLevante, titulada 'Biopropagación del Nesi en semillero para tomate'.

Gracias a esta 'fórmula', que Agrobío puso en marcha hace ya dos años junto con los semilleros Almeriplant, la empresa de control biológico ha logrado poner fin a uno de los problemas más habituales con este depredador natural y que no era otro que sus dificultades de instalación. En este sentido, Sacot

explicó que, según su protocolo, "el Nesi se suelta en el semillero una semana antes del trasplante" y esto trae consigo que la instalación posterior en el cultivo, ya en el invernadero, "se adelante entre un mes y medio y dos meses". Asimismo, "conseguimos una distribución más homogénea en el invernadero, ya que el Nesi se reproduce en todas las plantas". De este modo, "aseguramos el éxito en tomate", afirmó.

Las mayores dificultades para la instalación de este depredador natural tenían lugar "en los meses de invierno", explicó Sacot; de ahí la importancia de la suelta en semillero, ya que "es en el semillero donde la hembra pone los huevos y, ya en el invernadero, nacen y se desarrollan las ninfas". Y es que está demostrado que es entre los 25 y los 30 grados centígrados cuando se puede garantizar una mayor supervivencia de insectos y, además, una menor duración de su desarrollo.

Las dificultades de instalación de este depredador natural en el cultivo de tomate provocaron que la lucha integrada se convirtiera en un método 'poco querido' por lo agricultores. Sin embargo, en la actualidad, y gracias a soluciones como la de Agrobío, en torno al 80% de los cultivos de tomate de Almería ya se hacen con prácticas de control biológico.

PROMOCIÓN EN MERCAMADRID Y MERCABARNA

Platform estrecha lazos con los operadores hortofrutícolas

■ I. F. G.

La marca Platform, sistema integral de embalaje en cartón ondulado para frutas y hortalizas, organizó sendas acciones promocionales entre los días 28 y 31 de mayo en Mercamadrid y Mercabarna, con el objetivo, según apuntaron a través de un comunicado, de "potenciar aún más los lazos entre Platform y los operadores hortofrutícolas". Estas acciones promocionales se enmarcan en la campaña 'Almacena más, transporta más, vende más'.

Durante estos días, miembros de Platform recorrieron todos los pue-



■ Envases. / FHALMERÍA

tos de frutas y hortalizas de Mercamadrid y Mercabarna, distribuyendo un kit promocional, que incluía un folleto y un 'pulpo' para sujetar palets. El 'pulpo' fue, precisamente, el objeto más valorado por los diferentes mayoristas, al tratarse, según afirmaron, de "un objeto útil, práctico y muy apreciado en el desarrollo de la actividad logística diaria de los mercas".

TECNOVA

Los primeros invernaderos del Centro Experimental se construirán antes del verano

■ I. F. G.

El Ayuntamiento de Viator concedió, recientemente, la segunda licencia necesaria para que puedan iniciarse las obras del Centro Experimental de TECNOVA. Según indicaron desde el Centro Tecnológico de la provincia, a través de un comunicado, la concesión de esta licencia permitirá "finalizar antes del verano la construcción de los invernaderos proyectados en el Centro", para que, de este modo, "las empresas que así lo requieran, puedan investigar y

validar su tecnología para su puesta en marcha en el mercado, comenzando a prestar servicios durante la próxima campaña 2012/2013". Con la construcción de estas primeras estructuras se da el pistoletazo de salida a la creación de un centro que aspira a convertirse en referente para la investigación y la tecnología aplicadas a la agricultura y que se prevé esté finalizado en un año y medio.

El Centro está enmarcado en el proyecto 'Gestión energética integral de sistemas de cultivo bajo invernadero'.

CONSUMIBLES PLÁSTICOS PARA TODO EL SECTOR

“En Plásticos Alboram apostamos por la calidad y el servicio de nuestros clientes”

LA PRÓXIMA CAMPAÑA, SU FÁBRICA EJIDENSE SE CONVERTIRÁ EN PUNTO LOGÍSTICO PARA ASÍ DAR UN TRATO MÁS DIRECTO A SUS CLIENTES

CIA

En Plásticos Alboram-Plastimol intentan dar un servicio integral a la agricultura, en general, y, en especial a Almería, ya que son fabricantes de, prácticamente, todos los consumibles en materiales plásticos que se utilizan en las plantaciones, recolección, transporte y manipulado de frutas y verduras. En este sentido, sus fabricados se componen de cajas de plástico para transporte desde el campo a los almacenes; cajas de fondo perdido, no retornables, para envío al consumidor final; film retráctil, para envolturas de pepinos o agrupamiento de pa-



■ Maquinaria de fabricación del film para retráctil pepinos.

quetes, en general, mediante túneles de calor; film estirable, para envolver palets; film alimentario, para envoltura de verduras, brócoli, lechugas, etc.; y film agri-

cola, para acolchado, tanto negro como transparente, para solarización, doble cámara de invernadero y blanco y negro para plantaciones hidropónicas.

Hace ya varios años que en Plásticos Alboram-Plastimol fabrican estos productos; por ello, de cara a la próxima campaña, la 2012/2013, desde la empresa “queremos ofrecer un trato más directo con las empresas de Almería” y lo harán “apoyándonos en nuestra fábrica de Plásticos Alboram como punto logístico, aunque la producción de film seguirá realizándose en Murcia”. Según explican desde la compañía, “pensamos que los tiempos cambian y cada vez el agricultor quiere un trato más directo con el fabricante”. Por ello, en Plásticos Alboram-Plastimol “apostamos por la calidad y el servicio de nuestros productos”.

I+D

Todos estos productos son fruto de una intensa labor de investigación y, de hecho, desde la em-

presa comentan que “tenemos un departamento de I+D que está constantemente investigando nuevos artículos y formulaciones, desarrollando prototipos que, después de pasar exigentes pruebas de calidad, llegan al mercado”. Tanto es así, continúan, que “nuestro posicionamiento en el mercado ha venido sostenido, en gran parte, por la mejora de los procesos, que han incidido en mejores productos y la diversificación de ellos”.

De este modo, las cajas que comercializa Plásticos Alboram-Plastimol permiten, con menos pesos, mejores comportamientos en cuanto a resistencia mecánica. Asimismo, el film agrícola se ha perfeccionado hasta alcanzar grandes prestaciones con espesores que rondan las 15 my y, en film estirable, han conseguido desarrollar un producto que, con espesores de 10 my, ofrece prestaciones superiores a 23 my.

Las dos empresas que componen este grupo tienen una capacidad de transformación de, aproximadamente, 40 millones de kilos anuales, para lo que disponen de instalaciones con una superficie que ronda los 80.000 m² y maquinaria de última tecnología.

**PETIS, CUNERAS, EUROPEAS Y TODA LA GAMA DE FONDO PERDIDO...
FILM PARA PALETIZAR, FILM RETRACTIL PARA PEPINO...**

PLÁSTICOS
Alboram s.a.



SECTOR FITOSANITARIO

“La lentitud en la autorización perjudica la competitividad de nuestros agricultores”

LOS PLAZOS EN ESPAÑA PARA CONTAR CON NUEVAS MATERIAS ACTIVAS SON CINCO VECES MAYORES QUE EN PAÍSES COMO FRANCIA

Isabel Fernández

Carlos Palomar, director general de la Asociación Española para la Protección de las Plantas (AEPLA), analiza la situación actual del sector, marcada, sobre todo, por la puesta en marcha de la nueva normativa comunitaria para el uso y aplicación de fitosanitarios. Una normativa que, a su juicio, en España, “a día de hoy, parece más un deseo que una realidad”.

-Recientemente, AEPLA celebró su XXXV Asamblea General, en la que se analizó el último ejercicio. ¿Qué balance puede hacer de 2011?

-Resulta todo un reto describir el 2011. Sin duda, el último año estuvo marcado por la entrada en vigor del nuevo paquete legislativo fitosanitario en Europa, la ya conocida y denunciada lentitud de nuestro sistema de registro de productos y nuevos acontecimientos como la crisis de la E. coli, el repunte de los precios de productos agrícolas básicos y exigencias totalmente alejadas de criterios científicos por parte de los supermercados europeos que comercializan productos españoles, que, sin duda, requieren de una acción integral del sector agrícola nacional. A nivel europeo, la industria fitosanitaria, representada por ECPA, presentó su nueva estrategia ‘Time to Change’, con la que muestra su compromiso para alcanzar un sistema agrícola sostenible en Europa.

-El pasado año, como menciona, fue el de la entrada en vigor de la nueva normativa comunitaria, el Reglamento 1107 y la Directiva de Uso Sostenible (DUS), actualmente en proceso de trasposición. ¿Hasta qué punto se ha notado esa entrada en vigor en el sector español?

-La aplicación de la nueva normativa comunitaria en materia fitosanitaria, a día de hoy, parece más un deseo que una realidad, pues requiere del establecimiento de recursos, procedimientos, planificación y cambios de mentalidad. Mientras esto no ocurra, no será posible valorar adecuadamente la nueva

CARLOS PALOMAR
DIRECTOR GENERAL DE AEPLA



va normativa y lo que realmente conlleva para el sector.

-Durante la clausura de la Asamblea General, un miembro del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente mostró su disponibilidad para colaborar con el sector. ¿Qué valoración le merece esta disposición?

-En numerosas ocasiones, desde AEPLA hemos lamentado que nuestras autoridades no atendieran las preocupaciones a las que el sector debía enfrentarse y que perjudicaban por extensión al resto de la agricultura española. Por esa razón, agradecemos las palabras que el nuevo director general de Sanidad de la Producción Agraria, Valentín Almansa, dirigió a los asistentes a nuestra última Asamblea, manifestando su compromiso para ofrecer los medios y propuestas de acción dirigidos a resolver los muchos temas pendientes, como la trasposición de la DUS y la puesta en marcha de un Plan Nacional de Acción, la elaboración de una

nueva normativa nacional que regule la Orden de Otros Medios de Defensa Fitosanitaria y la reforma de nuestro sistema de registro de productos. En este sentido, reiteramos nuestra propuesta de colaboración, poniendo a su disposición nuestra experiencia y conocimiento para afrontar esta nueva etapa.

-¿Sigue siendo la lentitud a la hora de autorizar nuevas materias activas uno de los principales problemas del sector?

-Sin duda. Por ello, esperamos que la nueva dinámica de reformas que actualmente vivimos, en un entorno de crisis general, llegue también a nuestro sector; pues, sin duda, la lentitud de la autorización es un escollo que está perjudicando seriamente la competitividad de nuestros agricultores y que les sitúa en clara desventaja frente a sus colegas de otros países.

-¿Qué proponen desde AEPLA para solventar esta cuestión?

-Demandamos la adopción de medidas que agilicen el sistema de re-

gistro, el más lento de la Unión Europea, con 5 años de media para autorizar un producto, frente a sólo uno en Reino Unido o Francia, a través de la reducción de la complejidad administrativa, como el establecimiento de un claro calendario de acción, recursos proporcionales a la carga de trabajo y una clara delimitación de las responsabilidades. El objetivo final es la creación de una agencia independiente, o integrada en otra ya existente, para la evaluación de los fitosanitarios.

-El sector de las empresas productoras y comercializadoras de ‘medicinas para las plantas’, ¿también se ha visto afectado por la crisis?

-En un panorama de crisis económica y financiera mundial como el que vivimos en nuestros días, es difícil encontrar un sector productivo que no se vea afectado por ella.

-Cada vez es más frecuente la producción y venta de productos a base de extractos naturales y

otro tipo de compuestos que garantizan residuos 0. ¿Qué opinión le merecen estos productos?

-Todo el respeto a la utilización de productos de cualquier origen, natural o de síntesis, siempre que sean realmente eficaces. Siempre que se evalúe, también, como en los fitosanitarios, su toxicidad, impacto medioambiental y la seguridad de los alimentos producidos con su uso. El residuo cero es una etiqueta más que no supone una mayor calidad o sanidad en los alimentos producidos.

-¿Cree que sigue habiendo una imagen confusa sobre los fitosanitarios?

-Por desgracia, así es, y en ello seguimos trabajando. Creemos que es importante que la sociedad nacional sea capaz de identificar y reconocer el importante papel que nuestros productos juegan para conseguir una producción sostenible de alimentos frescos y de calidad.

-¿Qué importancia tiene esta industria para nuestro país?

-Sin los productos fitosanitarios, las medicinas de las plantas, no sería posible disponer de alimentos sanos, seguros, suficientes y asequibles para todos los consumidores. Resulta imposible, además, imaginar cómo se pueden atender las necesidades alimenticias de una población en constante crecimiento, dentro de un contexto de crisis económica general, sin la presencia de nuestros productos, que garantizan la rentabilidad de las explotaciones agrícolas.

-¿Y para la agricultura española, en general, y almeriense, en particular?

-En un mundo global como el que vivimos, las consecuencias a nivel general son aplicables a nivel regional y local. No existen excepciones, pero, además, en el caso de España y de Almería, en particular, éstas son más importantes, si cabe, al tratarse la agricultura de una actividad de gran peso para el conjunto de la economía.

-¿Cómo ha evolucionado el sector en los últimos años?

-El mercado fitosanitario español sigue la evolución marcada durante la última década, sin grandes alteraciones. Durante 2011, la cifra global de ventas de nuestras compañías alcanzó los 653 millones de euros, frente a los 629 del ejercicio anterior.

APOYO CONTINUO A LOS PRODUCTORES

Los agricultores destacan la durabilidad de la colmena Natupol de Koppert

LA EMPRESA, PIONERA EN LA INTRODUCCIÓN DE 'NESI' EN SEMILLERO, TUVO UNA ACTIVA PARTICIPACIÓN EN LA PASADA EXPOLEVANTE

■ Isabel Fernández

Los agricultores destacan la durabilidad de Natupol. Según afirmó Jaime Gisbert, responsable de Marketing de Koppert, durante su participación en la pasada edición de ExpoLevante, en Níjar, si algo despertó el interés de los agricultores que visitaron el stand de Koppert fue “nuestra colmena Natupol”, un producto del que destacaron, sobre todo, “su durabilidad”.

Junto a esta destacada durabilidad, Natupol se caracteriza por tener, entre otras cosas, un mayor volumen interior, lo que garantiza un clima ideal tanto con frío



■ Koppert introdujo mejoras en su producto el pasado invierno.

como con calor. En este sentido, cabe destacar que, ya a finales de 2011, y pensando en mejorar las condiciones de los polinizadores en invierno, Koppert introdujo una serie de mejoras en Natupol, incorporando un nuevo sistema térmico que permitía separar el nido del recipiente con agua azucarada, que es donde más se acumula el frío. De este modo, conseguían que los abejorros tuvieran un menor gasto energético y facilitaban un trabajo más eficiente por parte de los mismos.

Pero no sólo Natupol fue protagonista durante la participación de Koppert en ExpoLevante. Así, Gisbert apuntó que, junto a mostrar “nuestro apoyo al sector productor de tomate”, desde la empresa querían poner de manifiesto que “fuimos pioneros en la puesta en marcha de sistemas de sueltas de *Nesidiocoris tenuis* en semillero”; esto, a su juicio, per-

mitió que, ya en 2011, “el 50% de la superficie de tomate se hiciera con lucha integrada”. A partir de entonces, todo ha sido sumar.

MEJORAS

En cualquier caso, y pese al éxito alcanzado, en Koppert no cesan en su empeño de seguir mejorando en pro de una mejor y mayor adaptación de la lucha integrada al cultivo de tomate. En este sentido, Gisbert comentó que, hoy por hoy, son los únicos que alimentan al insecto auxiliar en el semillero, lo que “acelera el proceso de instalación” y, de hecho, han obtenido un “99% de resultados positivos”. De este modo, los técnicos alimentan a este depredador natural cuando nace y ya en la planta para, así, garantizar su correcta instalación cuando llegue al invernadero.

Por último, y para facilitar “una suelta homogénea del producto en el semillero”, desde Koppert lanzaron Minibug, un pequeño ‘ventilador’ que distribuye los insectos de forma fácil, sencilla y, sobre todo, equilibrada en la planta. Todo ello, con el único fin de garantizar los mejores resultados en cultivo de tomate.

Comprometidos con el Resultado

Koppert está comprometido con los agricultores desde hace más de 40 años. Nuestra capacidad de investigación e innovación siempre nos han permitido introducir las soluciones biológicas más eficaces, como el *Nesidiocoris tenuis* y *Amblyseius swirskii* en la protección de los cultivos, así como los abejorros Natupol en la polinización natural.

Los resultados nos han convertido en el primer proveedor fiable de productos de alta calidad y de servicios seguros y eficientes.

Tu satisfacción es nuestro compromiso.






www.koppert.es • Teléfono de Atención al Cliente: (+34) 902 489 900

EN SU SEDE DE ORIHUELA

Grupo Agrotecnología aumenta su capacidad productiva con 5.000 metros cuadrados más



■ Así quedan las nuevas instalaciones de Grupo Agrotecnología.

LA AMPLIACIÓN DE SU SEDE TAMBIÉN VA A SUPONER UN AUMENTO DE LOS SERVICIOS QUE OFRECE ESTE GRUPO EMPRESARIAL

■ CIA

Grupo Agrotecnología está de enhorabuena, ya que, demostrando una vez más su gran carácter emprendedor, ha abierto una nueva planta productiva. Ubicada en una parcela de 6.600 metros, ésta cuenta con unas instalaciones que alcanzan, en total, los 4.400 metros.

La nueva infraestructura permitirá multiplicar la producción actual, investigación y oficinas. I+D+i contará con dos laboratorios, uno de calidad y otro de investigación en biotecnología y microbiología avanzada, así como insectario.

Todas las instalaciones están dotadas con maquinaria de última generación. Las nuevas instalaciones permitirán a Grupo Agrotecnología aumentar su capacidad productiva y su excelencia en materia de calidad e innovación de los productos, paso necesario para poder atender la creciente demanda proveniente del mercado nacional e internacional, que ha situado a Grupo Agrotecnología como uno de los referentes en el sector.

Las nuevas instalaciones suponen, del mismo modo, una inversión estratégica para fortalecer los pilares de crecimiento de Grupo Agrotecnología, como son la calidad, la producción y la investigación y el desarrollo.

Desde su sede central, Grupo Agrotecnología cubre las necesidades de mercado de Europa y África y, actualmente, dispone de dos empresas filiales: Grupo

Agrotecnología México, desde donde da cobertura a Centroamérica y Norteamérica, y Grupo Agrotecnología Sur, ubicado en Chile, desde donde se opera para toda Sudamérica.

Grupo Agrotecnología, tras más de 15 años fabricando productos de nutrición y protección vegetal respetuosos con el medio ambiente en más de 20 países, recientemente ha inaugurado así sus nuevas instalaciones en Orihuela (Alicante).

En la actualidad, la corporación es una iniciativa empresarial pionera, dinámica, centrada en la investigación y el desarrollo, con respuestas claramente competitivas, además de totalmente volcada en la búsqueda permanente de aplicaciones tecnológicas de gran eficacia, que sean innovadoras y, como no podía ser de otra manera, comprometidas con el medioambiente.

Desarrolla proyectos de I+D con la Universidad de Ghent

Sarah Van Beneden, doctorada en Fitopatología por la Universidad de Ghent (Bélgica), en su tesis, se especializó en agentes causales, desarrollo y medidas de control sostenibles para los hongos (*R. solani*, *S. sclerotiorum*, *B. cinerea*) en el cultivo de lechuga, seleccionando y evaluando diferentes alternativas de control biológico, así como el efecto de las enmiendas orgánicas para el estímulo de la flora microbiana natural.

Esta faceta de la trayectoria profesional de la doctora y los objetivos en investigación del Grupo Agrotecnología han confluído de tal forma que ha sido inevitable la colaboración entre ambas partes, la cual culminó a finales del 2009 con un proyecto en común que se mantiene actualmente.

Bajo el título 'Evaluación e implementación de biofungicidas para prevenir y controlar hongos patógenos en los principales cultivos de Bélgica', se ha culminado el proyecto cuyos objetivos son el desarrollo de procesos de selección mediante diferentes técnicas de laboratorio de diferentes sistemas de patógenos-planta; la selección de diferentes biofungicidas mediante diferentes técnicas, tanto en laboratorio (test *in vitro*) como pruebas sobre terreno, y la optimización de la forma de uso de los productos seleccionados. La investigación de los productos biofungicidas se realizó en cultivos ecológicos y en cultivos de agricultura convencional. Los sistemas de planta-patógenos en los que se ha trabajado en el proyecto son: hongos del suelo (*R. solani*) de coliflor, podredumbre basal (*R. solani*, *S. sclerotiorum*, *Pythium spp.*, *B. cinerea*) en lechuga, *Phytophthora porri* en puerro, *Botrytis cinerea* en tomate, *S. sclerotiorum* en judía y *Bremia lactucae* en lechuga.

Se trata de un proyecto flamenco, una colaboración entre la University College Ghent y Ghent University (Bélgica). La financiación nace del Instituto

para la Promoción de la Innovación a través de la Ciencia y la Tecnología en Flandes (IWT-Vlaanderen). Es una colaboración entre el Laboratorio de Fitopatología, el Departamento de Protección de Cultivos de la Universidad de Ghent y la Facultad de Biociencia y Arquitectura del Paisaje de la University College Ghent. Van Beneden ha explicado la necesidad de desarrollar un proyecto como éste y, en tal sentido, ha dicho que "en los últimos años está habiendo un interés creciente por el biocontrol, de hecho, ya hace algunos años que empezamos a trabajar en la universidad con investigaciones para encontrar soluciones alternativas para algunas enfermedades más habituales en los cultivos de Bélgica".

La doctora ha asegurado que "la relación de colaboración entre empresas, estaciones experimentales y universidades es crucial para la investigación y desarrollo de nuevas opciones menos agresivas con el medio ambiente. Desde que Europa decidió integrar programas (MIP) de manejo integrado de plagas, muchas empresas se han interesado por este tipo de productos". En el mismo sentido, explica que "los productores de agricultura convencional están mucho más interesados por este tipo de productos alternativos, ya que muchos químicos han sido prohibidos. Hay también una elevada presión que viene de los supermercados que demandan frutas y hortalizas libres de residuos, con niveles residuales incluso más bajos de los que los gobiernos permiten. Todo esto hace que sea necesario invertir en investigación y desarrollo".

Para Van Beneden los resultados de las líneas de investigación en tomate, puerro, lechuga y coliflor están siendo satisfactorios; "tenemos varias vías de investigación abiertas y en un futuro vamos a seguir colaborando con Grupo Agrotecnología", concluye.

NOVEDADES PARA MEJORAR LA RENTA DEL PRODUCTOR

LA EMPRESA DE CONTROL BIOLÓGICO INTRODUCE CADA AÑO "NOVEDADES QUE SON TANGIBLES, ÚTILES Y RENTABLES PARA EL AGRICULTOR"

Isabel Fernández

"Biobest se caracteriza por sacar cada año novedades que son tangibles, útiles y rentables para el agricultor". Así lo afirmó Fernando Castilla, Area Manager Almería de Biobest, quien explicó que, en esta línea, la empresa va a lanzar este verano "lo que será una nueva generación de colmenas", para lo que han realizado "un cambio radical en todo lo que concierne al interior de la colmena". Tanto es así que, pese a que aún no quiso adelantar ninguno de esos 'cambios radicales', sí avanzó que "la nueva colmena introduce diez novedades que han sido diseñadas para mejorar tanto la productividad como la duración de la colonia en cualquier tipo de clima".

Junto a esta novedad, la empresa especializada en control biológico, ya hace un año, introdujo dos nuevos conceptos en cuanto a polinización. En este sentido, Castilla se refirió a su colmena Multi-hive, una colmena adaptada al frío y que "consta de tres colonias de abejorros insertadas en una caja de poliespan, que les proporciona una buena temperatura en el nido, con lo que la durabilidad de la colmena en invierno es mayor", frente a las que utilizan cartón como capa protectora.

Además, desde Biobest trabajaron para cambiar la estructura exterior de su colmena estándar, aportándoles mayor 'ventilación hive'. Esta colmena mejorada, según afirmó Castilla, "ha dado muy buenos

Biobest lanza este verano "una nueva generación de colmenas" con "cambios radicales" en su interior



■ Colmenas de Biobest.

resultados en condiciones de temperatura elevada, llegando a durar más que una colmena estándar". Pero, junto a sus avances en polinización, Biobest sigue trabajan-

do en soluciones de control biológico de plagas. En esta línea, Fernando Castilla recordó que, recientemente, lanzaron unas "trampas adhesivas con una nueva for-

mulación en la cola que capturan más insectos plaga". Asimismo, pusieron en el mercado "una combinación especial de Orius, llamada Orius Mix, y que cuenta con un

50% de Orius laevigatus y un 50% de Orius majusculus, especial para sueltas tempranas de Orius, cuya principal ventaja, al introducir O. Majusculus, es la mayor depredación de trips adultos y de algunas especies de pulgón".

Precisamente para solventar los problemas con el pulgón, Biobest acaba de introducir un nuevo producto llamado Aphi Mix, que es una mezcla de cuatro parasitoides diferentes de pulgón: Aphidius colemani, Aphidius ervi, Aphidius matricariae y Aphelinus abdominalis. Con esta combinación, tal y como explicó Fernando Castilla, "el agricultor no tiene que preocuparse de saber qué tipo de pulgón tiene, ya que Aphi Mix controla un alto rango de especies de pulgón con tamaños y estacionalidad diferentes".

Con todas estas novedades, Biobest quiere contribuir a la mejora del control biológico en el campo almeriense y, cómo no, de la rentabilidad de los agricultores. En este sentido, auguró que, de cara a la próxima campaña, "el tomate tendrá una expansión evidente, gracias a los buenos resultados mostrados con las sueltas de Nesidiocoris tenuis en semilleros". Del mismo modo, "en pepino, habrá que estudiar mejor las estrategias de insectos a soltar y dosis, sobre todo en pepino de invierno", ya que, "a pesar de tener unas buenas herramientas como son el A. Cucumeris y el A. Swirskii, "desde Biobest pensamos que se debe cambiar el protocolo de sueltas, reduciendo algunos insectos e introduciendo otras herramientas que permitan el control de trip en pepino, de manera que el agricultor pueda tener un cultivo con niveles de trips tolerables, pero a un coste menor", concluyó Fernando Castilla.

Biobest trabaja con un nuevo ácaro autóctono

Fernando Castilla, Area Manager Almería de Biobest, lo tiene muy claro y, en control biológico, ni mucho menos, está todo inventado. De hecho, "seguimos trabajando activamen-

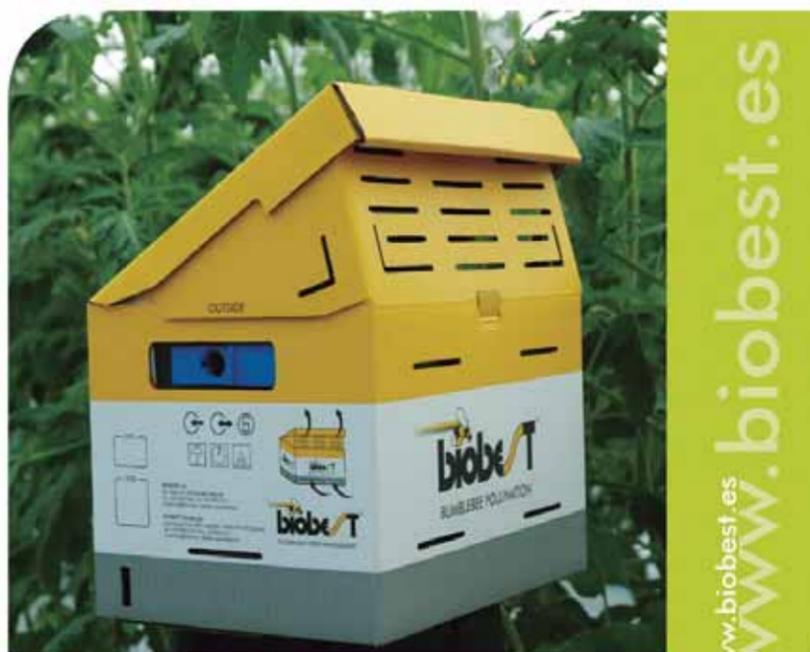
te con nuevas herramientas, ya sean insectos, productos compatibles o nuevas estrategias, que nos puedan ayudar a mejorar el control biológico en aquellos cultivos que aún no se muestran totalmente protegidos".

En esta línea, apuntó que, "en el campo, existen muchos insectos que pueden ser beneficiosos para el control biológico de plagas, pero que hay que es-

tudiar minuciosamente antes de introducirlos en los invernaderos". Así, comentó que "un caso claro es una nueva especie de ácaro del terciopelo, identificada por Biobest en Almería y sobre la cual, a pesar de tener a punto su producción, aún continuamos con los ensayos para conocer mejor su biología y forma de actuar". Según explicó Castilla, este ácaro "es un depredador polífago".

NUEVA COLMENA

- Mejor flujo de aire en el interior
- Mayor rendimiento y vida útil
- Descenso de humedad
- Más número de obreras
- Reducción de la mortandad de obreras



www.biobest.es

ASESORAMIENTO Y CONTROL EN LUCHA INTEGRADA



■ Agricultor observa la fauna auxiliar con una lupa. / FHALMERÍA

Agricultura entrega más de 725.000 euros en ayudas esta campaña

■ I. F. G.

La Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta ha entregado ayudas por valor de 724.598 euros para el asesoramiento técnico y los controles analíticos en lucha integrada en esta campaña 2011/2012. Así lo indicaron desde la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca, desde donde especificaron que estas ayudas han sido el paso siguiente a las entregadas para la implantación de los métodos de control biológico en los invernaderos andaluces. La Administración autonómica continúa, de este modo, dando todo su apoyo al cambio producido en el campo almeriense en el último lustro; cinco años en los que se pasó de cultivar por el método tradicional, es decir, con un importante apoyo de productos químicos, a hacerlo con lucha integrada.

En este sentido, y según los datos facilitados por la Delegación Provincial del ramo, entre las campañas 2007-2008 -la del 'boom' de la lucha integrada en la provincia- y la actual, la inversión del sector para la puesta en marcha de estos métodos de cultivo asciende a más de 125 millones de euros, de los que la propia Consejería de Agricultura y Pesca ha

aportado unos 46 millones, incluidas las ayudas que el Gobierno central entrega dentro de su programa de insectos vectores. Teniendo esto en cuenta, desde la Delegación Provincial afirmaron que "tras seis campañas de ayudas públicas para la implantación de la producción integrada en la provincia, en la 2011-2012, una vez implantado este método de cultivo, las ayudas públicas se conceden ahora al asesoramiento técnico y a los controles analíticos". De ahí que, en el actual ejercicio, a punto de concluir, "las ayudas de la Consejería para el asesoramiento técnico y los controles analíticos han ascendido a 724.598 euros".

Gracias al esfuerzo económico realizado por los agricultores de la provincia, así como al apoyo de la Administración, la lucha integrada en Almería es una realidad de casi 21.000 hectáreas de cultivo, en concreto, 20.754 hectáreas. Hasta la fecha, sólo el pimiento, segundo cultivo en importancia por superficie, se cultiva al 100% con lucha integrada, sin embargo, y poco a poco, otras producciones van sumándose. Así, el tomate ha crecido sobremanera esta campaña y se prevé que siga haciéndolo en la próxima, mientras que el pepino gana posiciones.

NOVEDAD



■ Cultivo entutorado con el hilo biodegradable de Agrinature Indálica.

Crean un hilo biodegradable que permite reducir costes

■ AGRINATURE INDÁLICA LANZA UN HILO PARA ENTUTORADO QUE FACILITA EL POSTERIOR TRATAMIENTO DE LOS RESIDUOS AGRÍCOLAS

■ Isabel Fernández

Agrinature Indálica acaba de poner en el mercado un nuevo hilo biodegradable para entutorado que, según comentan desde la propia empresa, contribuirá a mejorar la renta del productor, reduciendo sus gastos en tratamiento de residuos. En este sentido, Agrinature, que así se llama este nuevo hilo biodegradable, es un producto a base de celulosa y polímero de la misma que, según apuntan desde Agrinature Indálica, "permite cumplir perfectamente con el ciclo de cultivo y, una vez finalizado el mismo, puede ser tratado directamente, junto con el residuo vegetal, en la elaboración de compost", ya que, durante su elaboración, "el hilo desaparece".

Asimismo, y teniendo en cuenta su carácter biodegradable, desde la empresa fabricante apuntan

que esto permite al agricultor no tener que separar los restos del hilo de entutorado del resto de residuos antes de llevarlos a la planta de tratamiento, tal y como ocurre con la rafia. La planta, por su parte, evita el tener que separar unos desechos de otros y, por tanto, reduce de forma considerable sus gastos.

De este modo, Agrinature Indálica pone punto y final a uno de los principales problemas con los que se encuentran los agricultores a la hora de limpiar sus invernaderos y que no es otro que las dificultades para separar el hilo tradicional de entutorado, de plástico, de los restos vegetales. Gracias a este nuevo hilo biodegradable, el agricultor puede, perfectamente, utilizar sus residuos para la elaboración de compost, mientras que las plantas de tratamiento de residuos, por su parte, con la aportación del hilo biodegradable a su producción, podrán, incluso, "disminuir los costes en la gestión de residuos, redundando en beneficio del agricultor".

Desde Agrinature Indálica comentan, por otro lado, que el uso de este hilo biodegradable contri-

buye a la puesta en marcha de una producción más limpia y, cómo no sostenible. En este sentido, llaman la atención sobre el hecho de que, cada vez más, las propias cadenas de distribución no sólo buscan un producto que cumpla con unas condiciones de salubridad y seguridad alimentaria, sino que también 'preman' los cultivos que, durante su producción, "respeten el medio ambiente". Precisamente por ello, afirman que, con el uso del hilo agri-Nature, los agricultores respetan el entorno, proporcionándole, de este modo, un valor añadido a sus frutos.

Ya en 2002, Agrinature Indálica irrumpió en el mercado con lo que ellos llaman "otros medios de defensa fitosanitaria" y con el claro objetivo de contribuir a la consecución de frutas y hortalizas con residuos 0. Con la misma meta que entonces, aunque una década más tarde, la empresa aporta una nueva solución a un problema tan extendido y de difícil solución como es el tratamiento de los residuos generados por la agricultura intensiva. Una vez más, su propuesta demuestra un máximo interés por el respeto al entorno.

ExpoLevante 2012

ALTA AFLUENCIA DE PÚBLICO

ExpoLevante 2012 cerró sus puertas convenciendo a agricultores y a empresas



La feria del agricultor.- Desde el momento en el que Antonio Jesús Rodríguez, alcalde de Níjar, inauguró el evento, el recinto se llenó de productores interesados en conocer las últimas novedades de las empresas.

CASI 90.000 PERSONAS VISITARON UN EVENTO QUE SE CONVIRTIÓ EN PUNTO NEURÁLGICO DE LA AGRICULTURA DE LA PROVINCIA ALMERIENSE

Isabel Fernández

Si desde el Ayuntamiento de Níjar hacían gala de que ExpoLevante era “la feria del agricultor”, con el ‘telón bajado’, los números les dieron la razón: casi 90.000 personas visitaron un evento que se convirtió en punto de encuentro de agricultores y empresas. En este sentido, José Requena, concejal de Agricultura y Medio Ambiente nijareño, afirmó que el objetivo que se marcaron en un inicio “se ha cumplido totalmente”. Y no es que lo dijera él, sino que “las empresas, que son las que tienen que hacer las valoraciones, están muy contentas con la afluencia de agricultores”.

De hecho, si algo se escuchaba en los pasillos del recinto era pre-

cisamente eso, que eran muchos los agricultores que se estaban acercando hasta la feria con la intención de conocer las últimas novedades y, por qué no, planear alguna compra de cara a la próxima campaña. “En cada stand -explicó Requena- siempre hay un grupo de personas hablando con el personal de la empresa”, luego, continuó, “lo que se pretendía conseguir, creo que se ha conseguido”. Y así lo corroboraban las empresas.

De este modo, por ejemplo, desde Rijk Zwaan Ibérica decían que sus novedades en tomate estaban teniendo muy buena acogida, mientras que desde Philoseed llamaban la atención sobre el interés despertado por su variedad Larguero. También en Koppert se mostraban satisfechos por la afluencia de público y, de hecho, afirmaban que su colmena Natupol había sido un gran foco de atención de los agricultores.

Pero si bien es cierto que algún que otro empresario comentaba que “ExpoLevante sí es una feria agrí-

cola y no una feria de chaqueta y corbata”, también lo es que las ‘chaquetas y las corbatas’ no faltaron. Así, por el recinto pasaron no sólo los responsables de la organización en el Ayuntamiento de Níjar, sino también el presidente de la Diputación Provincial, Gabriel Amat, algunos diputados provinciales, el alcalde de Almería, Luis Rogelio Rodríguez Comendador, y algunos parlamentarios andaluces del partido socialista.

ExpoLevante recibió, asimismo, el reconocimiento de Expo Agro. De hecho, tanto el presidente de la feria, Miguel López, como el presidente de la Cámara de Comercio de Almería, Diego Martínez Cano, quisieron conocer de cerca el evento y, según ellos mismos afirmaron, quedaron gratamente satisfechos con lo visto. “Me parece que hay mucho ambiente y, realmente, me parece muy interesante”, afirmó Martínez Cano, mientras que López apuntó que “el ambiente de agricultores está claro”.



Agroponiente y Vegacañada.- Francisco López (primero por la derecha), director general de Vegacañada, acompañado por el alcalde de Níjar, el exdelegado de Agricultura, el vicepresidente de la Diputación y el subdelegado del Gobierno.



Agrobío.- La empresa 100%, junto a su ‘aliado natural’, Almeriplant, no faltó a la cita con el sector agrícola. Hasta Campohermoso llevaron sus últimas novedades y, sobre todo, sus exitosos resultados en tomate.



Biosabor.- Nadie quiso dejar de probar el gazpacho de Biosabor, ni siquiera Antonio García, presidente de Coprohñjar. Y es que esta sopa fría a base de tomate ecológico, a buen seguro, dará mucho que hablar.

LA FERIA EN FOTOS

Alta actividad, visitas, interés y mucha agricultura los cuatro días de feria

■ Elena Sánchez

La última edición de ExpoLevante ha sido una de las mejores de los últimos años gracias a la intensa participación tanto de expositores como de profesionales y visitantes que se acercaron hasta Campohermoso a lo largo de los días de desarrollo del evento. De hecho, la actividad fue intensa en todo momento y uno de los aspectos más destacados en esos días fue el interés máximo que mostraban todos los integrantes del

sector agrícola por conocer las últimas novedades e incluso las impresiones de diferentes personalidades en cuanto a los resultados de la última campaña y las previsiones que puede haber de cara al próximo ejercicio agrícola.

Casas de semillas, semilleros, industria auxiliar, cooperativas, el sector de la I+D, etc., todos se mostraron más que satisfechos por la respuesta de los visitantes, así como por el interés de los agricultores en intercambiar opiniones y conocer cuáles pueden ser

las mejores opciones con las que cuentan para la nueva campaña. Tampoco faltaron las degustaciones de los productos, sorteos de viajes o entrega de semillas para que conozcan las novedades que se presentan tanto en tomate como en pepino, pimiento, calabacín, melón o sandía y que, a su vez, se presentan como la mejor opción para la zona del Levante almeriense.



Interacción.- Los trabajadores de Biobest estuvieron en todo momento respondiendo a las cuestiones que tanto profesionales del sector como visitantes hacían en relación a los insectos auxiliares.



Variedad.- Los productos importantes del grupo Monsanto estuvieron presentes en ExpoLevante, con el fin de dar a conocer sus mejores ventajas.



Al pie del cañón.- El presidente de CASI, José María Andújar, no se quiso perder ningún día de feria, ya que la suya es una de las comercializadoras en las que más agricultores confían a la hora de vender su producto.



Activo.- El stand de Costa de Níjar contó con un amplio número de visitas durante el desarrollo de ExpoLevante.



Stand llamativo.- Cristalplant aprovechó los días de feria para hablar con sus clientes y con agricultores en general para conocer las impresiones de cada uno de ellos de cara a la próxima campaña agrícola.



Unión.- El grupo de trabajadores de Diamond Seeds estuvo en todo momento atendiendo a los visitantes que se acercaban a preguntar.



Lucha integrada.- El sector de la industria auxiliar tuvo gran representación, sobre todo con Koppert, que aprovechó la feria al máximo.



Motivación.- Semilleros El Plantel sorteó un viaje al Caribe entre sus clientes y el ganador fue José Manuel Morales López.



Fitó.- Salvador Peramo, produce manager de Solanáceas de Semillas Fitó, se mostró muy satisfecho con la respuesta de los agricultores en la feria.

LA FERIA EN FOTOS



Pensando en el agricultor.- La casa de semillas Philoseed, con su presidente en España, Manuel López, a la cabeza, es un ejemplo de compromiso con los productores y de semillas conseguidas para el beneficio de la hortofruticultura de la provincia.



Ibero Seeds.- Diego Viñolo, director comercial de la casa de semillas, empresa con origen cien por cien almeriense.



Industria auxiliar .- Biomip ha demostrado que sus 'bichitos' son más que eficaces. En la foto, su gerente, Manuel Pérez.



Punto de encuentro.- En los cuatro días que duró la feria no dejaron de pasarse por el stand de Agrupalmería los agricultores.



Clause.- La casa de semillas congregó a agricultores más que satisfechos con las variedades que ofrecen.



Creimiento natural de la planta.- Choni Martín, comercial de la empresa Symborg SL.



Rijk Zwaan brilla por sus variedades de semillas y por su personal.- El especialista de ecológico de la empresa, Aureliano Cerezuela, y la delegada de Almería en el Levante de Rijk Zwaan, María del Mar Gimeno, en el espacio expositor de la multinacional.



Syngenta.- Los productores encontraron un mundo de variedades y posibilidades en el espacio expositor de la multinacional de semillas.

Noticias

APROVECHAMIENTO

Almería genera 900.000 Tm anuales de restos vegetales

■ I. F. G.

En la provincia se generan anualmente del orden de 900.000 toneladas de residuos vegetales, una materia prima que, según M^a Dolores Fernández, investigadora de la Estación Experimental 'Las Palmerillas', de la Fundación Cajamar, podría servir para la producción de biomasa que, posteriormente, se utilizase como combustible para la calefacción en los invernaderos. Así lo expuso Fernández durante la celebración del VIII Seminario Técnico Agronómico, organizado por la Fundación Cajamar y COEXPHAL.

Según explicó la investigadora, estos residuos vegetales están compuestos, en su gran mayoría, por carbono, lo que los convierte en una interesante fuente de calor. De este modo, se puede, en primer lugar, "eliminar el problema medioambiental derivado de la generación de residuos" y, en segundo lugar, "reducir el coste de producción en los invernaderos por el uso de combustibles fósiles". Por si todo esto fuese poco, la conversión de estos residuos vegetales en biomasa contribuiría a "aumentar el beneficio por el aumento de producción derivado del uso de calefacción y técnicas de enriquecimiento carbónico".

OTRAS CONCLUSIONES

Por otro lado, durante este VIII Seminario Técnico Agronómico, investigadores de 'Las Palmerillas' presentaron los resultados obtenidos en otros campos como, por ejemplo, el cultivo de tomate. Sobre este asunto habló Juan Carlos Gázquez, quien insistió en que la mejora en las técnicas culturales puede incrementar, incluso, los rendimientos con un bajo consumo de energía. Los últimos avances en cultivo ecológico de pimiento, así como los realizados en melón fueron otros de los estudios presentados.

UN CAMPO LIMPIO

Las sanciones por incumplir las normas de higiene rural se reducen a la mitad

EN ESTA CAMPAÑA, SÓLO EL 3% DE LOS EXPEDIENTES ABIERTOS POR LA JUNTA HA ACABADO EN SANCIÓN PARA EL AGRICULTOR

■ Isabel Fernández

Sólo el 3% de los expedientes abiertos en un primer momento por la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca por incumplimiento de las normas de higiene rural ha terminado en sanción en esta campaña. Así lo afirmaron desde la Administración andaluza, desde donde indicaron, además, que esta cifra es muy inferior a la del primer trimestre de 2011, cuando el porcentaje de expedientes que terminó en sanción ascendió al 7%.

Hasta finales del pasado mes de mayo, y dentro de la campaña 'Compromiso Verde' de la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, los equipos de inspección de la Delegación Provincial realizaron 461 actuaciones, que dieron lugar a la apertura de 93 expedientes iniciales (el 20%) a otros tantos propietarios de invernaderos de la provincia de Almería por



■ Alrededores de una zona invernada. / FHALMERÍA

incumplir algunos de los preceptos de la Orden de Virosis, que desarrolla la Ley de Sanidad Vegetal. De entre estos expedientes iniciales, sólo 14, o lo que es lo mismo, un 3%, terminaron en sanción firme, ya que, según explicaron desde la Administración andaluza,

"una vez finalizado el plazo que se les concede, los responsables no han subsanado los incumplimientos por los que se les abrió expediente".

En este sentido, desde la Delegación Provincial afirmaron que este porcentaje es "muy inferior"

al del primer trimestre del año pasado, cuando los expedientes que, finalmente, acabaron en sanción supusieron el 7%. Y ni que decir tiene que esta cifra es mucho menor que la de hace dos años; entonces, el 15% de los expedientes abiertos en un principio terminaron en sanción firme. Esta reducción en el número de agricultores sancionados refleja, según la Administración autonómica, que "la inmensa mayoría de los propietarios de invernaderos, una vez que reciben la advertencia previa del expediente, realizan una limpieza rápida de la zona, con lo que evitan la sanción".

Desde la Delegación explicaron que, desde que reciben la notificación del expediente, los agricultores tienen un plazo de 10 ó 45 días para subsanar los incumplimientos. El plazo es de 10 días en los casos en los que se trate de medidas de higiene rural, como es la acumulación de restos de cosecha alrededor de la explotación, mientras que es de 45 días en los casos en los que haya que tomar medidas estructurales como, por ejemplo, mejorar el hermetismo del invernadero o colocar mallas y dobles puertas.

CULMINA EL PROCESO INICIADO EN 2008

El Tomate La Cañada ya está inscrito en el registro comunitario

■ I. F. G.

El pasado 9 de junio, el Diario Oficial de la Unión Europea (DOUE) publicó la inscripción de la I.G.P. Tomate La Cañada en el registro europeo de Indicaciones Geográficas, una mención que entrará en vigor el próximo día 29 y que viene a reconocer la "excelencia" de este tomate con 'personalidad propia', cultivado en la provincia de Almería.

En este sentido, desde la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente valoraron esta inscripción en el registro comunitario;



■ Tomate acogido a la I.G.P. Tomate La Cañada. / FHALMERÍA

un hecho, explicaron, que "tiene una gran importancia para este producto, ya que permitirá poner en valor el trabajo y la inversión que vienen realizando agricultores y empresas, que han conseguido hacer de la necesidad una virtud, y de un terreno árido con escasez de agua han conseguido obtener un producto único en el mundo por su sabor y su excelente calidad".

De este modo, culmina el proceso iniciado en 2008, con la publicación por parte de la Junta de Andalucía de la Orden que reconocía esta I.G.P. almeriense. Desde entonces y hasta su reconocimiento oficial, el Consejo Regulador de la I.G.P. ha trabajado para difundir y promocionar las excelencias de este tomate que se cultiva en 22 municipios de Almería y que sólo comercializan seis empresas de la zona.

A MÁS

Almería cuenta ya con 46.500 trabajadores en el Régimen Agrario de la Seguridad Social



■ Trabajadora en un invernadero de la provincia. / FHALMERÍA

■ Elena Sánchez

El número de trabajadores cotizantes en el Régimen Agrario de la Seguridad Social en Almería sobrepasa la cifra de los 46.500 afiliados en el mes de mayo, es decir, un 6,5 por ciento más que el mismo mes del año anterior. Y es que, según ha dado a conocer la Delegación de Agricultura de la Junta, a pesar de los altibajos que ha vivido el sector agrario en la provincia en los últimos doce meses (la crisis de la 'E. coli' y los problemas de los precios en la campaña de otoño), el balance laboral de este periodo se puede decir que ha tenido un buen comportamiento, ya que en mayo de 2011, el número de trabajadores en el Régimen Agrario era de

43.673. Estos datos, según valoró el exdelegado de Agricultura, José Antonio Salinas, vienen a subrayar el esfuerzo que está realizando el sector hortofrutícola de la provincia, "que ante las dificultades económicas y financieras no sólo no se retrae, sino que sigue generando riqueza y empleo, acogiendo incluso a trabajadores expulsados de otros sectores productivos".

OTRAS CIFRAS

De hecho, frente al descenso del número de cotizantes que se ha registrado en los doce últimos meses en conjunto de la Seguridad Social (casi 3.000 menos en la provincia), sólo el Régimen Agrario y el de Trabajadores del Mar han conseguido crecer en afiliación.

CAMBIOS

El exdelegado de Agricultura pasa a Estructuras Agrarias

● JOSÉ ANTONIO SALINAS DEJA LA DELEGACIÓN DE AGRICULTURA Y PESCA EN ALMERÍA PARA DIRIGIR ESTA RAMA DE LA CONSEJERÍA

■ Rafa Villegas

El Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía ha nombrado al exdelegado de Agricultura y Pesca de la Junta en Almería, José Antonio Salinas, director general de Estructuras Agrarias. El que ha sido el delegado de Agricultura almeriense por menos tiempo va a seguir, por lo tanto, vinculado al sector y a la política autonómica.

El Consejo de Gobierno de la Junta del día 12 de junio, se centró en la reestructuración orgánica de las consejerías de Educación y Hacienda y de Administración Pública, así como en los nombramientos en diez consejerías. Así, además del nuevo cargo del almeriense José Antonio Salinas, el Gobierno autonómico hizo otros diez nombramientos en la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente. Así, el puesto de secretaria de Agricultura y Alimentación de la Consejería se le ha otorgado a Judit Anda. Esta política de raíces vascas es de sobra conocida en el sector agrario. Anda era desde 2006 directora general de la Producción Agrícola y Ganadera.

Del mismo modo, el Gobierno andaluz ha nombrado a la cordo-



■ José Antonio Salinas con Mabel Salinas en Expo Agro. / FHALMERÍA

besa Concepción Cobo directora general de Fondos Agrarios, responsabilidad que conoce de cerca, ya que desde el año 2010 ocupaba el puesto de subdirectora de Actuaciones en Fondos Agrícolas.

El nuevo director general de la Producción Agrícola y Ganadera, Rafael Olvera, ha desempeñado el cargo de jefe de servicio de Producción Ganadera desde 2006 hasta el mes de abril, cuando se incorporó a la Secretaría General del Medio Rural y la Producción Ecológica como asesor técnico.

En cuanto al resto de nombramientos, el Consejo de Gobierno ha encomendado el cargo de secretario general de Medio Ambiente

y Agua a Sergio Moreno. Gloria Vega se encargará de la Secretaría general de Ordenación del Territorio; Ana María Romero hará lo propio como directora general de Calidad, Industrias Agroalimentarias y Producción Ecológica; mientras que la dirección general de Espacios Naturales y Participación Ciudadana ha recaído en Esperanza Perea; la dirección general de Prevención, Calidad Ambiental y Cambio Climático a Jesús Nieto; la dirección general de Desarrollo Territorial a Rosa Isabel Ríos y la dirección del Instituto Andaluz de Investigación y Formación Agraria y Pesquera (IFAPA) a Víctor Ortiz Somovilla.

CAMBIOS

Víctor Ortiz sustituye a Javier de las Nieves al frente del IFAPA

■ R. V. A.

El Instituto de Investigación y Formación Agraria, Pesquera, Alimentaria y de la Producción Ecológica, más conocido por sus siglas, IFAPA, cambia después de muchos años de presidente. Tras realizar un extraordinario trabajo y haber situado al Instituto entre los más punteros en investigación agroalimentaria, Javier de las Nieves deja la presidencia. Su relevo nació en Ojastro (La Rioja) y se llama Víctor Ortiz Somovilla.

El nuevo presidente del IFAPA es doctor Ingeniero Agrónomo por la Universidad Politécnica de Madrid. Desde 1983 ha desarrollado su actividad profesional en el campo de la investigación, la transferencia de tecnología y la formación agroalimentaria en la Junta de Andalucía, dentro del IFAPA.

Durante el periodo 1990-1994, Ortiz Somovilla formó parte de la Dirección del Centro de Captación y Experimentación Agraria de Hinojosa del Duque (Córdoba), y entre 1995 y 1998 asumió la respon-

sabilidad de Jefe de Servicio de Formación Agraria de la Consejería de Agricultura y Pesca.

Posteriormente, entre 1999 y 2008, fue director del Centro IFAPA Alameda del Obispo (Córdoba) y desde 2009 hasta la actualidad se ha encargado de la Coordinación de Actividades I+D+F del IFAPA, con funciones de dirección científica técnica, entre las que destaca la redacción del Programa Sectorial 2009-2013 y los Planes Anuales de Actividades 2009, 2010, 2011 y 2012.



■ Víctor Ortiz, nuevo presidente de IFAPA. / FHALMERÍA

TRAS LA ENTRADA DE ECOHAL

HORTYFRUTA aglutina el 92% de la comercialización hortofrutícola andaluza

LA INTERPROFESIONAL ESTÁ COMPUESTA AHORA POR MÁS DE 100 OPERADORES Y CUENTA CON SUBASTAS Y EMPRESAS EN SU SENO

■ Isabel Fernández

La Federación de Empresas de Comercialización de Frutas y Hortalizas de Andalucía (ECOHAL-Andalucía) ya forma parte de la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA), una asociación que, con esta nueva incorporación, aglutina ya al 92% de la comercialización del sector en la Comunidad Autónoma, con más de 100 operadores, y se convierte, de este modo, en la organización más representativa, incluso, a nivel nacional. Tras varios meses de negociaciones, éstas han dado sus frutos y, por fin, todo el sector comercializador andaluz está representado en la Interprofesional.

En este sentido, Francisco Góngora, presidente de HORTYFRUTA, valoró el “reforzamiento importante” que supone esta última incorporación, que otorga a la Interprofesional “una mayor cuota de mercado” y, sobre todo, “fortaleza a la hora de colaborar con las ad-



■ Rueda de prensa de presentación de la incorporación de ECOHAL en HORTYFRUTA.

ministraciones, con la distribución y, en definitiva, con todo el sector”. Así las cosas, Góngora afirmó sentirse “satisfecho”, sobre todo teniendo en cuenta que “la integración de ECOHAL era el principal objetivo de mi mandato y, al fin, se ha conseguido”; para ello, “sólo hemos tenido que sentarnos, olvidar el pasado y empezar a construir el futuro mirando hacia delante”.

También desde ECOHAL, en este caso en Almería, su presidente, Juan Enrique Vargas, se mostró satisfecho por la incorporación de

la asociación que representa en HORTYFRUTA. A su juicio, “aún está por ver qué supone nuestra incorporación”, aunque reconoció que “teníamos ganas de estar ahí”. Vargas aprovechó la oportunidad, asimismo, para lanzar el primer deseo y, en este sentido, comentó que “ahora lo que hace falta es que se dote a la Interprofesional de los mecanismos necesarios para que pueda hacer cosas en defensa del sector”.

Precisamente esta defensa del sector es, para José Antonio Salinas,

exdelegado provincial de Agricultura y Pesca, el mayor reto que ahora afronta la fortalecida Interprofesional. Así, Salinas mostró, en primer lugar, su satisfacción por el acuerdo alcanzado y afirmó, a continuación, que éste supone “un paso esencial para el sector” que “contribuye a crear un modelo de sinergias entre el sector de frutas y hortalizas y la Administración andaluza a la hora de trabajar para la consecución de retos como el de asegurar la renta del agricultor”. Asimismo, comentó que “la Intepro-

fesional mejorará la imagen del sector ante los propios agricultores y ante los clientes, incrementará las relaciones profesionales y el grado de confianza entre todos los agentes, lo que facilitará que se puedan alcanzar acuerdos comerciales”.

La incorporación de ECOHAL-Andalucía no ha estado exenta de desencuentros. De hecho, ambas partes se encontraban inmersas en un litigio judicial ante la negativa de ECOHAL a pagar las campañas de marca y promoción de HORTYFRUTA, dado que, hasta ahora, no formaban parte de la Interprofesional. Esto, hoy por hoy, ha quedado aparcado. Uno de los mayores escollos durante las negociaciones surgió en torno a la forma en la que se tomarían las decisiones en el seno de HORTYFRUTA, unas decisiones que, hasta el momento, se tomaban por mayoría en función de la representatividad. ECOHAL consideró esencial desde un primer momento que estas decisiones se tomaran por unanimidad y, según comentó Juan Enrique Vargas, finalmente, se ha llegado al acuerdo de “intentar alcanzar, al menos durante el primer año, el mayor consenso posible”. Con la incorporación de ECOHAL-Andalucía, HORTYFRUTA aglutina ahora a más de 100 operadores que, en total, suman un volumen de facturación próximo a los 2.400 millones de euros y un volumen de producción que supera los 2.700.000 toneladas. En total, en Andalucía, el volumen de producción hortofrutícola asciende a más de 2.900.000 toneladas.

HERRAMIENTAS

La Junta opta por darle un impulso al ‘Observatorio de Precios y Mercados’

■ Rafa Villegas

Con más o menos eficacia, la Junta cuenta, desde el año 2006, con un Observatorio de Precios y Mercados de Productos Agrarios de Andalucía. Para el exdelegado de Agricultura y Pesca en Almería, José Antonio Salinas, este instrumento sirve “tanto para proteger a los consumidores como para contribuir a mejorar la renta de los agricultores”. Es cierto que su existencia le ha conferido una mayor transparencia a la fijación de los precios en todas las partes de la cadena agroalimentaria pero no ha contribuido en nada a acabar con el problema de los ingentes márgenes comerciales.

Para Salinas, el hecho de que haya una mayor transparencia es



■ El exdelegado, José Antonio Salinas, en la rueda de prensa.

conveniente ya que, “de esta manera, el consumidor podrá incrementar su nivel de conocimiento sobre la formación del precio, desde lo que vende el agricultor hasta que lo adquiere en una frutería o una gran superficie”. Así, el exdelegado considera que “el consumidor final podrá saber que el productor es el eslabón que obtiene un margen menor por su producto y que, en ocasiones, lamentablemente, el precio no costea ni tan siquiera los gastos de producción”.

Por todo ello, la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía ha organizado una jornada en Almería con el título ‘El Observatorio de Precios y Mercados: hacia una mayor transparencia de los mercados agrarios’. Gracias a la jornada, técnicos de la Consejería y representantes de los sectores productor, comercializador y de la distribución han hablado y debatido sobre las novedades y la ampliación del ámbito de actuación del Observato-

rio, de los cambios de tendencia del mercado exterior de hortalizas, del papel de la Interprofesional, así como de las estrategias de la distribución de frutas y hortalizas.

En la intensa jornada participó el director general de la Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados (ACES), Aurelio del Pino, quien dejó muy claro, respecto a la fijación de los precios finales tanto en frutas como en hortalizas, que “nos encontramos en una situación de libre mercado”. Aún así, del Pino dejó una puerta entreabierta al asegurar que intentarían dar con “las posibles ineficiencias y los elementos de mejora para poder colaborar con todas las partes de la cadena”.

Del mismo modo, el máximo responsable de ACES aseguró que a las distribuidoras les conviene trabajar con comercializadoras que cuenten con un sistema bien estructurado, de gran tamaño, para que les garanticen calidad y volúmenes.

SEGURIDAD ALIMENTARIA

Un año después de la 'E. coli', Almería es aún más fiable para el consumidor

ESTA CRISIS AFECTÓ MUCHO A LA AGRICULTURA ALMERIENSE, AUNQUE SIRVIÓ PARA DEMOSTRAR LA EFICACIA DE LA TRAZABILIDAD EN ORIGEN

■ Rafa Villegas

El 26 de mayo se cumplió un año desde que la senadora de Sanidad de Hamburgo, Cornelia Prüfer-Storcks, acusara directamente a los pepinos de Almería de ser la causa de la muerte de varias personas en Alemania por la bacteria *Escherichia coli*, más conocida como la 'E. coli'. El daño causado en el sector fue muy elevado, pero también sirvió para demostrar la eficacia de la trazabilidad en origen y cuán seguras son las frutas y hortalizas de la provincia. Lógicamente, la crisis de la 'E. coli' afectó más a unos productos que otros, pero dañó a todo el sector agrícola nacional, con cierre incluido de fronteras a las frutas y hortalizas nacionales, por lo que se entiende la unión de los españoles y todos los medios de comunicación contra lo que fue un ataque frontal injusto y desmedido contra los intereses del campo. Lo cierto es que de haber ocurrido los hechos en plena campaña hortofrutícola, el daño habría sido prácticamente irreparable.

El sector lamenta que la Unión Europea no castigara a Alemania por el daño causado y que, debido principalmente a la excesiva buro-



■ Tras la alerta, el consumo de pepino aumentó. / FHALMERÍA

cracia, sólo hayan recibido la ayuda económica compensatoria, de momento, como han asegurado desde ASAJA-Almería, el 57 por ciento de los productores almerienses que la solicitaron. Cabe recordar que Europa dejó directamente fuera de las ayudas a varios productos, como fue el caso de la berenjena, el melón o la sandía.

A día de hoy, como ha confirmado el presidente de ASAJA-Almería, Francisco Vargas, "hay productores que están luchando en los tribunales por conseguir la indemnización". En concreto, en Almería solicitaron las ayudas 895 agricultores individuales y 30 OPFH, lo que representa un 60 y un 88 por ciento respectivamente del total de

las solicitudes que se dieron en Andalucía, de las que se han pagado 10.140.884 euros a productores individuales y 16.798.777 euros a OPFH, que representa un 82 por ciento del total pagado en Andalucía.

Desde ASAJA-Almería lamentan que, pese a lo ocurrido, "no se haya creado ningún grupo de trabajo en el ámbito andaluz ni nacional ni europeo, ni se haya vuelto a reunir al sector para estudiar las repercusiones de esta crisis en la nueva campaña". Por otra parte, para el secretario provincial de COAG-Almería, Andrés Góngora, "la Comisión Europea debería haber sancionado duramente a Alemania. Además, la Dirección General de

Salud y Consumidores (DG Sanco) debe cambiar, como le hemos pedido, los protocolos de alertas sanitarias para que no se puedan emitir de forma unilateral como lo hizo Alemania".

El comienzo del encauzamiento de la situación no llegó hasta el día 1 de junio del año pasado, cuando Bruselas, después de haber comprobado que los pepinos españoles no eran los causantes de la epidemia, decidió retirar la alerta sanitaria. No obstante, los recelos de las cadenas de distribución no se disiparon de inmediato. Es más, el pasado otoño fue, en precios, el más negro que se recuerda. La secretaria general de UPA-Almería, Francisca Iglesias, considera que "los bajos precios registrados durante el pasado otoño en las hortalizas almerienses se debieron, fundamentalmente, a que las cadenas de distribución aprovecharon la coyuntura para, pese a contar con todas las garantías, pagar la mitad por los productos". Para Iglesias, además, "la crisis de la 'E. coli' demostró también otras dos cosas: por un lado, que la trazabilidad funciona perfectamente en origen y, por otro, que fue un error que la Comisión de Agricultura actuara en el año 2008 quitando la importancia de la trazabilidad en destino". Con esta crisis, Iglesias considera que "se nos ha dado la razón a todos lo que llevamos años insistiendo en los beneficios que reporta un buen sistema de trazabilidad en origen".

SECTOR AGRARIO

La CE aconseja sistemas de cooperación más eficientes

■ I. F. G.

El organismo comunitario ha hecho público un estudio sobre los beneficios de la competencia en el sector agroalimentario, en el que concluye, entre otras cosas, que se han detectado "problemas estructurales" y aboga por la "reestructuración y consolidación procompetitiva del sector agrario mediante cooperativas y otros sistemas de cooperación e integración más eficientes, que permitan reforzar su posición en la cadena de valor". La Comisión Europea (CE) hizo público un estudio sobre los beneficios de la competencia en el sector agroalimentario en el que muestra su "preocupación" por la identificación de "conflictos en relación a las prácticas comerciales supuestamente desleales derivadas del desequilibrio de poder de negociación de las partes, concretamente en la cadena de distribución". Así lo recoge la Comisión Nacional de la Competencia (CNC) en un comunicado, en el que se explica que "aunque las autoridades de competencia asumen que la mayoría de estos casos se encuentran fuera del ámbito de las leyes de competencia, ya que en ellos no se ha podido identificar el perjuicio para los consumidores, han mostrado su preocupación".

Con este estudio, la CE pretende dar respuesta a las demandas del Parlamento Europeo (PE), que pedía explicaciones sobre las acciones llevadas a cabo por las autoridades de competencia en el sector agroalimentario, así como dar continuidad a la Comunicación de la Comisión del 28 de octubre de 2009 sobre la mejora del funcionamiento de la cadena agroalimentaria, que promovía el acercamiento y coordinación de las acciones futuras de las autoridades de competencia europeas con el fin de detectar los problemas específicos de los mercados agroalimentarios. En este sentido, el estudio hecho público por la CE se refiere a "problemas estructurales" y, por ello, recomienda la "reestructuración y consolidación procompetitiva del sector agrario, mediante la creación de cooperativas y otros sistemas de cooperación e integración más eficientes".

SEGUN EL CSIC

El tomate podría haberse salvado de la última gran extinción masiva

■ I. F. G.

Una investigación internacional en la que ha participado el CSIC recoge que el contenido genético del tomate sufrió varias triplicaciones consecutivas hace unos 60 millones de años y, precisamente gracias a ello, esta hortaliza, mayoritaria en la provincia de Almería, podría haberse salvado de la "última gran extinción masiva", según afirman desde el CSIC, en un comunicado. Una extinción que acabó con el 75% de las es-

pecies del planeta, entre ellas, los dinosaurios.

¿Sabían que el tomate pudo haber sobrevivido a la extinción, incluso, de los dinosaurios? Así lo recoge una investigación internacional en la que ha participado el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC). Según explica, esta investigación ha permitido completar la secuenciación del genoma del tomate (*Solanum lycopersicum*) y la de su pariente silvestre (*S. pimpinellifolium*). De este modo, el análisis del con-

tenido genético del tomate indica que éste sufrió varias triplicaciones consecutivas hace unos 60 millones de años.

Precisamente esto, según el investigador del Instituto de Biología Molecular y Celular de Plantas Primo Yúfera, Antonio Granell, que ha dirigido la parte española del trabajo, "podría haber salvado al tomate de la última gran extinción masiva", que acabó con el 75% de las especies del planeta, entre ellas, los dinosaurios. Pero, ¿cómo?. Según los exper-

tos, el ADN del tomate posee unos 35.000 genes que se expresan a lo largo de unos 900 millones de pares de bases. Entre sus diferentes cadenas de adenina, guanina, citosina y timina, el tomate presenta indicios de haber sufrido varias duplicaciones, que no son más que "un mecanismo para generar nuevas características".

Granell lo explica de la siguiente manera: "si a partir de una tijera quieres crear una sierra, puedes alterar la tijera para que se parezca a una sierra, pero no te quedarás sin la tijera; para evitar la pérdida, lo que la naturaleza hace es duplicar la tijera y aplicar los cambios en una de las copias, de forma que no pierdas la estructura original en el caso de que dicho cambio no beneficie a la especie".

CRECEN LAS VENTAS EN JAPÓN

La Junta aboga por acuerdos de comercialización en el aceite

I. F. G.

Dos terceras partes del aceite de oliva que se etiqueta en Italia proceden de España y, en el caso de Almería, el país transalpino compra el 70% del aceite provincial. Con estos números, no es de extrañar que desde la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca de la Junta insistan en la conveniencia de que las empresas alcancen acuerdos para comercializar conjuntamente sus productos, así como que lo comercialicen envasado; de esto modo, insisten, “la mayor parte del valor añadido se quedaría en Almería”.

Desde la Delegación hicieron estas afirmaciones tras conocer las últimas cifras de exportacio-



■ Almazara. / FHALMERÍA

nes del sector provincial del aceite y que, entre enero y marzo pasados, crecieron un 23'5% en volumen, hasta los 104.000 kilos de aceite de oliva.

Entre los destinos del ‘oro líquido’ almeriense, junto a la citada Italia, llama la atención Japón, un mercado que ya aglutina el 6'5% de las ventas. Suiza, con el 18% del total exportado o Canadá, con apenas el 1%, son otros de sus destinos.

DATOS DEL SECTOR



■ Sólo entre enero y marzo, las ventas al exterior sumaron más de 755 millones de euros. / FHALMERÍA

Las exportaciones provinciales de hortalizas aumentan de forma consecutiva durante ocho meses

■ Isabel Fernández

Desde que arrancara la actual campaña hortofrutícola en Almería, la 2011/2012, las exportaciones provinciales no han hecho más que crecer mes tras mes. Así lo corroboran los datos hechos públicos por la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca de la Junta y que cifran en más de 755 millones de euros el valor de estas ventas al exterior en sólo los tres primeros meses de este año. Esta cifra supone un 12% más con respecto al mismo período del año pasado, cuando el sector facturó casi 674 millones de euros.

Entre enero y marzo pasados, las comercializadoras almerienses realizaron 12.800 operaciones comerciales, que se saldaron con la exportación de 695.484 toneladas de frutas y hortalizas, un 2% más que un año antes. De nuevo, el tomate fue el producto más comer-

cializado en el exterior y, de hecho, el 24'9% del valor total facturado correspondió a este producto. Tras él se situaron el pimiento, con el 24'4%; los pepinos, con una cuota del 13'2%; los calabacines, con el 8'4%; y las berenjenas, con el 4'5%.

Con respecto a los mercados de destino, Alemania sigue al frente; de hecho, el país germano importó frutas y hortalizas valoradas en 214'4 millones de euros, el 28'5% del total exportado. Tras él, entre los meses de enero y marzo, Holanda fue el segundo destino preferido por los productos de la provincia y, de hecho, sus importaciones supusieron el 13'8% del total. Francia, con el 13'7%, y Reino Unido, con el 11'2%, ocupan el tercer y cuarto puesto, respectivamente, entre los destinos preferidos por los productos provinciales.

El primer trimestre de 2012 supuso para la provincia, en lo que a

exportaciones de hortalizas se refiere, el mejor período desde el mismo trimestre de 2008. De hecho, entonces, las comercializadoras almerienses exportaron producto por valor de 584'2 millones de euros, mientras que, en este 2012, la cifra supera los 752 millones; en los años intermedios, según los datos facilitados por la Administración andaluza, no se aprecia ni un solo descenso, todo lo contrario, la cifra no ha hecho más que crecer.

Mención aparte merecen las frutas que, si bien es cierto que manejan cifras muy distantes a las de las hortalizas, también lo es que han conseguido duplicar el valor de sus exportaciones entre enero y marzo. De este modo, si hace un año el sector exportó frutas valoradas en 1'34 millones de euros, en el primer trimestre de 2012, la cifra se disparó hasta los 3'17 millones de euros, sin incluir los cítricos.

POR SEGUNDO AÑO

Campos de Oleila alcanza la final del Premio a la Calidad de los Vírgenes Extra 2012

■ I. F. G.

El aceite virgen extra provincial Campos de Oleila se ha vuelto a colar, por segundo año consecutivo, en la final del Concurso Internacional de Aceites de Oliva Virgen Extra, organizado por el Consejo Oleícola Internacional (COI). El aceite almeriense ha alcanzado la final tras ‘luchar’ con 111 aceites de, prácticamente, todo el mundo; de hecho, había participantes de países tan dispares como Chipre, Egipto o Turquía.

Según explicaron desde la propia empresa almeriense, “los

aceites fueron evaluados por una serie de paneles reconocidos por el COI, según una hoja de valoración en la que se puntuaban sobre 100 las sensaciones olfativas, gustativas, retronasales, así como la armonía, la complejidad y la persistencia”.

Campos de Oleila es un virgen extra de frutado verde intenso, con notas que recuerdan a la hierba verde y a la tomatera y que, en boca, se presenta con un amargor justo y picor moderado y elegante. Todo ello es posible, explican, “gracias al control que se ejerce sobre la cosecha propia de producción limitada”.

DE LA MANO DE EXTENDA

■ I. F. G.

Las comercializadoras almerienses Agrupalmería, Caparrós Nature, SAT Las Hortichuelas y Alhóndiga La Unión participaron hasta el pasado 14 de junio en una acción comercial en Reino Unido, organizada por la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo, a través de la Agencia Andaluza de Promoción Exterior-EXTENDA. El objetivo de esta nueva misión comercial, según expli-

Agrupalmería, Caparrós Nature, La Unión y Las Hortichuelas se promocionan en Reino Unido

caron desde EXTENDA, no era otro que “ayudar a las empresas andaluzas a conocer e introducirse en el mercado británico, así como lanzar nuevos productos y ampliar contactos en el caso de las marcas ya presentes en el país”. Para ello, entre las actividades programadas

destacaron diversos encuentros bilaterales entre importadores y distribuidores y las compañías andaluzas, así como visitas a puntos de venta.

El mercado británico es, hoy por hoy, uno de los más importantes para las exportaciones andaluzas,

en general, y para las almerienses, en particular; no en vano, durante los tres primeros meses de 2012, Almería representó el 59% del total de las ventas andaluzas a este país, un 13'7% más que justo un año antes. Entre los productos más demandados por este mercado, fi-

gura una vez más, una hortaliza almeriense: el tomate.

Según los datos que maneja EXTENDA, las exportaciones andaluzas de frutas y hortalizas a Reino Unido en el primer trimestre de este año 2012 superaron los 143 millones de euros, cifra que supuso un incremento del 15'3% con respecto al mismo período del año anterior. Con estos números, Andalucía se convierte en la primera comunidad autónoma exportadora de estos productos a Reino Unido.

COMIENZOS

“Que nos conozcan, lograr más afiliados y entrar en HORTYFRUTA son nuestras prioridades actuales”

PACO SÁNCHEZ
SECRETARIO PROVINCIAL DE
UNIÓN DE UNIONES

■ Rafa Villegas

- ¿Cuándo comenzó a dar sus primeros pasos Unión de Uniones en el ámbito nacional?

-Fue, concretamente, en el año 1998.

-¿Y, oficialmente, cuándo se ha constituido en la provincia de Almería?

-Se constituyó hace nueve meses, con la correspondiente aprobación de los estatutos. Aún así, no ha sido hasta hace tres meses cuando se ha formado el organigrama de la organización en Almería.

-¿Era imprescindible otro punto de vista en el campo almeriense?

-Dado que la organización ya existía a nivel nacional pensamos que era necesario que tuviera también representación en Almería que, además, es en la única provincia de la Comunidad Autónoma de Andalucía en la que tiene delegación de momento la Unión de Uniones. Hay, eso sí, un grupo de agricultores en la localidad granadina de Motril que posiblemente se integren en un futuro en la organización, pero lo cierto es que hoy por hoy somos los únicos en toda la región andaluza.

-¿En qué se diferencia Unión de Uniones del resto de organizaciones agrarias que existen en la provincia?

-Lo que pretendemos es aportar ideas nuevas. Para seguir con la misma línea no habría sido necesario crear la nueva organización.

-¿Considera a Unión de Uniones una organización agraria totalmente independiente y no politizada?

-Efectivamente, dentro del seno de la organización cada uno le vota a quien quiere y no estamos al amparo de ningún partido político. Lo que prima para nosotros son y, como no podía ser de otra manera, serán siempre los intereses de nuestros afiliados.

-¿Cómo se está dando a conocer la organización en la provincia?

-El primer paso fue presentarnos



públicamente a través de los medios de comunicación. A partir de ahí, hemos mantenido reuniones con diferentes empresas, así como con diferentes ayuntamientos de la provincia. Intentamos darnos a conocer para que a la gente, obviamente sobre todo a los agricultores, cuando les hablen de la Unión de Uniones tengan un conocimiento previo.

-¿Cuáles son los primeros pasos que están dando como organización agraria para ayudar al campo almeriense?

-Uno de ellos, muy importante bajo nuestro punto de vista, es la petición de entrar a formar parte de HORTYFRUTA, así como fomentar que los agricultores se afilien a Unión de Uniones.

-¿Por qué consideran fundamental la inclusión en HORTYFRUTA de Unión de Uniones?

-Creemos que los agricultores y el resto del sector tenemos que estar lo más unidos posible y la Interprofesional es un foro adecuado para conseguirlo.

-¿Qué es imprescindible exigirle al ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Arias Cañete?

-Al Ministerio, la verdad es que como están ahora no se les puede exigir mucho. Deberían aportar las herramientas que puedan para propiciar que el sector se vaya uniendo poco a poco, que apueste por la concentración de la oferta.

-¿Y al nuevo consejero de Agricultura de la Junta de Andalucía?

-Más de lo mismo.

-¿Cómo considera que va a afectar en la próxima campaña el Acuerdo comercial entre la Unión Europea y Marruecos?

-Está claro que acuerdos comerciales con terceros países, como es el caso de éste en concreto, siempre van a resultar perjudiciales para los intereses del campo almeriense. Eso está claro, pero es algo que ya está firmado y no podemos hacer nada para evitarlo.

MÁS VENTAS

Las cifras oficiales certifican un invierno dorado para el sector de las plantas y flores



■ Flores. / FHALMERIA

■ R. V. A.

Los datos oficiales de la Delegación de Agricultura de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía en Almería no dejan lugar a dudas. El sector de la planta ornamental y la flor ha comenzado la senda de la recuperación al lograr en los meses de enero y febrero exportar 2.600 toneladas más de producto, lo que ha representado un incremento del 73 por ciento con respecto al mismo período del año anterior.

Este aumento se ha debido, principalmente, al buen comportamiento de las ventas de flores que, con casi 2.000 toneladas, han registrado un aumento del 154,6 por ciento sobre el ejercicio anterior, y ha compensado el descenso de las ventas de bulbos, plantas y plantones, que ha disminuido los dos primeros meses del año un 15,7 por ciento.

MÁS FACTURACIÓN

Más positiva aún ha sido la facturación. Y es que, en total, las exportaciones de plantas y flores han generado un montante total de 1,63 millones de euros, lo que supone un aumento del 30,2 por ciento sobre el primer bimestre del año pasado. Además, otra buena noticia es que los ingresos más importantes son los que se han generado con la venta de bulbos y plantas, que han rondado los 1,4

millones de euros, con un aumento del 21,1 por ciento, a pesar del citado descenso del volumen.

Lo cierto es que este sector ocupa la octava posición por el valor de las exportaciones en la provincia, contando con una cuota del 0,3 por ciento. En el ámbito nacional, Almería ocupa el mismo puesto, con una cuota del 5,3 por ciento, según los últimos datos del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).

En cuanto al destino de las flores y plantas almerienses, el principal importador sigue siendo Holanda, mercado al que, en los dos primeros meses del año, se enviaron productos valorados en 844.000 euros, lo que supone el 51 por ciento del total. Algo más del 32 por ciento se han comercializado en Francia; y el 8,6 por ciento en Portugal. Envíos menores se han comercializado en Reino Unido, Bélgica y Dinamarca.

En cuanto a las importaciones, hasta el mes de febrero, las empresas almerienses del sector importaron plantas vivas y productos de floricultura valorados en 574.000 euros, un 27 por ciento más que en 2011, lo que arroja un saldo positivo en la balanza comercial de 823.700 euros y una cobertura del 243 por ciento.

El 55 por ciento de las plantas y flores importadas por las empresas almerienses proceden de Holanda. En Bélgica se han adquirido casi el 21,7 por ciento; y el 10,2 en Marruecos.

PARA ALMERÍA

Nunhems presenta el primer piel de sapo tipo manchego para su cultivo en invernadero local

LA TÉCNICO ESPECIALISTA DE MELÓN DE NUNHEMS, MERCEDES FERNÁNDEZ, DESCRIBIÓ UNA A UNA LAS CARACTERÍSTICAS DE ALMANZOR F1

■ Rafa Villegas

La empresa de semillas Nunhems ha presentado a un numeroso grupo de agricultores su nuevo melón de cara a la próxima campaña. Se trata, concretamente, de Almanzor F1, variedad piel de sapo que pudieron conocer a fondo en dos fincas, una situada en el término municipal de Adra y la otra ubicada en Balanegra.

Los especialistas resolvieron todas las dudas y fueron enumerando una a una las principales características de este melón que, sin lugar a dudas, dará mucho de qué hablar.

La técnico especialista de melón de Nunhems, Mercedes Fernández, demostró a los agricultores presentes la gran consistencia de Almanzor F1, un melón que como afirmó, “es el típico melón manchego, de color más oscuro y que acaramela al final de sus ciclos”.

Fernández resaltó que, “afortunadamente, el agricultor de Almería va a contar con un melón de esas características, pero perfectamente adaptado para su cultivo en los invernaderos almerienses, por lo que se deja de traer una variedad de Murcia o de Castilla-La Mancha para extrapolarla aquí, ya que proponemos una variedad pensada para nuestros agricultores”.

Otras características que, sin lugar a dudas, no dejaron indiferente a nadie fueron su peso, así como su gran aprovechamiento de carne, ya que la cavidad seminal es de reducido tamaño, y su elevada resistencia al oídio, que tanto preocupa a los agricultores.

Destaca también la vigorosidad de la planta de Almanzor F1, su sistema radicular fuerte y su gran capacidad de cuajado lo que, como aseguró Fernández, “es muy beneficioso en condiciones de estrés de la planta y en condiciones climatológicas adversas”. A ello se le une que presenta un rendimiento comercial muy alto, ya que, como ha explicado Fernández, “el destrío que tiene es prác-



■ La técnico especialista de melón de Nunhems enseñando la consistencia de Almanzor F1 y su escasa cavidad seminal a los agricultores.

ticamente nulo”, con lo que queda claro que Almanzor F1 es un paso más en los melones negros.

Respecto al resto de variedades comerciales piel de sapo, la técnico especialista en melón de Nunhems ha confirmado que “Almanzor F1 asegura al agricultor unos niveles altos de azúcar, un calibre medio y un escriturado completamente longitudinal, que responde a la demanda del mercado, algo que los otros melones tardíos no consiguen”.

Los asistentes pudieron ver la evolución de melones de esta variedad trasplantados el 20 de marzo y el 26 de marzo. Lo cierto es que a los más avanzados les faltaba sólo una semana para su comercialización pero ya cumplían con todas las características que les avanzó Fernández, a falta del remate final.

En cuanto a la fecha de trasplante más adecuada, Mercedes Fernández ha asegurado que va desde el mes de febrero hasta que el productor considere que puede competir con Murcia. Posteriormente, “la colmena se introduce un mes después del trasplante y



■ Mercedes Fernández midiéndole los grados Brix a un melón Almanzor F1.

para recolectar se necesitan entre 80 y 85 días”, como ha confirmado la técnico especialista de melón de Nunhems.

Para demostrar el peso medio de los melones Almanzor F1 y su elevado nivel de azúcar, la técnico especialista en melón de Nunhems,

Mercedes Fernández, pesó varios melones en la finca, les midió los grados Brix y dio a probar el producto a los agricultores.

PARA ESTA EDICIÓN

Fruit Attraction lanza su Programa de Compradores Internacionales

LAS EMPRESAS CON STAND PROPIO EN LA FERIA TIENEN LA OPORTUNIDAD DE ELEGIR QUÉ COMPAÑÍAS DESEAN QUE SEAN INVITADAS

CIA

La Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas, Fruit Attraction, en colaboración con la Cámara de Comercio de Madrid, ha puesto en marcha su Programa de Compradores Internacionales. Esta propuesta permite a las empresas expositoras de Fruit Attraction seleccionar a los profesionales de interés para su negocio que desean sean invitados a la Feria que, organizada por la Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Planta Viva, más conocida por sus siglas, FEPEX, así como por el IFEMA, se celebra en Madrid del 24 al 26 de octubre.

El Programa de Compradores Internacionales es una de las iniciativas más valoradas por los expositores y, en esta convocatoria, se ha ampliado el número de plazas, superando los 600 invitados. Los participantes en la propuesta son, especialmente, profesionales de la cadena de compras y distribución de todo el mundo, con alto poder de decisión en su empresa y capacidad para negociar en la Feria. Esta iniciativa constituye, por tanto, una de las herramientas más eficaces para rentabilizar la participación de las empresas en Fruit Attraction que se ha convertido, sin



■ La Feria en la pasada edición, con gran afluencia de profesionales. / FHALMERÍA

lugar a dudas y por méritos de la organización, en el mayor referente ferial para el sector hortofrutícola de todo el territorio nacional.

FACILIDADES

Para que la organización del Salón pueda cursar las invitaciones, los expositores tienen que presen-

tar su propuesta antes del 27 de julio. Después de esta fecha, no se podría garantizar el tiempo suficiente para realizar todas las gestiones del viaje (visados, billetes, etc) de los invitados de fuera de la Unión Europea. La invitación se hará de manera confidencial, personalizada y se cursará en nombre de la empresa expositora. Una vez

aceptada, Fruit Attraction se encargará de la gestión del transporte y costes del alojamiento, así como de organizar la agenda de citas profesionales. Los invitados contarán con acceso a la zona de trabajo VIP; se trata, concretamente, de un área totalmente equipada para tramitar todas sus operaciones comerciales.



■ La gama Bouquet de Anecoop es una de las marcas fieles a Fruit Attraction. / FHALMERÍA

Feria e ICEX organizan una misión inversa en Asia

Un año más, el Instituto de Comercio Exterior (ICEX) y Fruit Attraction organizarán una misión inversa para abrir nuevos mercados a las exportaciones hortofrutícolas españolas.

En esta ocasión, la propuesta se centrará en la invitación a la Feria, que se celebra del 24 al 26 de octubre, de casi un centenar de profesionales de la distribución de países de Europa Oriental, de Asia y Oriente Próximo. Entre ellos se contemplan la asistencia de representantes de este mercado en Rusia, Bielorrusia, Países Bálticos, China y Arabia Saudí, con el objetivo de cerrar acuerdos de promoción y servicio de cara a la campaña 2013.

Con esta misión inversa se pretende atraer a compradores de la distribución en estos países, con el fin de incrementar las relaciones comerciales con los productores y exportadores españoles. Se trata de destinos con un alto potencial de desarrollo para la producción española, ya que, a pesar del importante perfil exportador de esta industria, en lugares como China, Estonia o Letonia la presencia de las frutas y verduras procedentes de España es prácticamente nula. Otros de estos países, como es el caso de Bielorrusia o Arabia Saudí, han comenzado ya a trabajar con el mercado español, pero su potencial de desarrollo es aún muy alto. Destaca también Rusia, que se ha convertido en el primer destino de la exportación española fuera de la Unión Europea, y con la misión inversa se contribuirá a incrementar las oportunidades de negocio para la producción española.

Cabe recordar que en la última edición de Fruit Attraction ya se celebró una campaña de este tipo que dio, como han confirmado desde la propia organización de la Feria, con nota de prensa, "muy buenos resultados".

i + D

RESTAURADORES

El Club de Oro de la Mesa visita 'Las Palmerillas'

■ E. S. G.

Los integrantes del Club de Oro de la Mesa Andaluza han visitado la Estación Experimental de la Fundación Cajamar con el fin de conocer de primera mano el proceso de producción hortícola, así como las diferentes especialidades cultivadas en el centro. De hecho, el interés por las especialidades hortícolas surge al buscar una solución al problema de los precios en origen, ya que la sobreproducción, la distribución temporal de los productos, hace que en muchos casos el cultivo no sea rentable para el agricultor y, por lo tanto, encontrar nuevos nichos de mercado en variedades con un mayor interés para restauradores amplía el abanico del agricultor, que puede centrar su producción en variedades menos productivas, pero con un mayor potencial. Esta visita es la base para una futura colaboración entre ambas organizaciones, con el objetivo de ampliar la ya de por sí extensa gama de productos hortícolas basándola, en variedades con un alto valor gastronómico.

PROYECTO RESGEN

Científicos realizan el primer mapa genético del olivo

ESTE PROYECTO PERMITIRÁ DETECTAR LOS RASGOS AGRONÓMICOS RELACIONADOS CON EL CULTIVO DEL OLIVAR

■ Elena Sánchez

Una serie de expertos internacionales realizará el primer mapa genético del olivo, lo que permitirá detectar los rasgos agronómicos relacionados con un cultivo más productivo y abre la puerta, por ejemplo, a lograr árboles tolerantes a plagas o a riesgos con agua salina y mejor adaptados a la sequía y al cambio climático. De hecho, fuentes de la Secretaría Ejecutiva del Consejo Oleícola Internacional han explicado que, como paso previo a este proyecto, se está recuperando el material vegetal del mundo en tres bancos de colecciones internacionales, entre los que se encuentra una finca de Córdoba.

El proyecto es conocido como Resgen y tiene el objetivo de la conservación, recolección y utilización de los recursos genéticos del olivo. Además, los expertos quieren recuperar el germoplasma perdido



■ Campo de olivos. / FHALMERÍA

o no identificado y aprovechar este patrimonio genético para ayudar a mejorar la calidad del aceite de oliva y hacer de esta forma un cultivo sostenible.

Igualmente, el proyecto ha diseñado y aplicado una metodología común para la caracterización primaria de las variedades de olivo, basadas en 32 caracteres morfológicos relacionados con el árbol, la

hoja, la inflorescencia, el fruto y el endocarpio. También se aplica una caracterización secundaria, agronómica, fenológica, pomológica y de la calidad del aceite.

Una vez recuperado el material vegetal, el fin a corto plazo es identificarlo tanto morfológica como genéticamente a través de la aplicación de los denominados marcadores moleculares SSRs.

CENTRO LA MAYORA

Impulsa el cultivo de dos nuevos frutos subtropicales

■ E. S. G.

El Instituto de Hortofrutícola Subtropical y Mediterránea La Mayora va a impulsar el cultivo de dos nuevos frutos subtropicales, litchi y longan, dos especies asiáticas que han demostrado mejor adaptación a las condiciones ambientales de Málaga en los estudios para incluir nuevos frutales subtropicales.

El periodo de recolección del litchi se extiende desde los primeros días de agosto hasta finales de septiembre, dependiendo de las variedades, mientras que el longan es un frutal que presenta una ventana de recolección mucho mayor, desde octubre y hasta diciembre. El presidente de la Diputación de Málaga, Elías Bendodo, ha explicado que la Axarquía se convertirá en la única región exportadora de este tipo de frutos en la Europa continental. Además, también ha señalado la necesidad de hacer llegar el resultado de las investigaciones a los productores locales, para que conozcan de primera mano estas especies y sus técnicas de manejo.

FUNDACIÓN CAJAMAR Y AEPLA



Cursos que forman en el uso eficiente de fitosanitarios

La Fundación Cajamar y AEPLA están impartiendo una serie de talleres sobre 'Eficiencia y seguridad en la aplicación de fitosanitarios'. En estos talleres prácticos se com-

probará que la aplicación de fitosanitarios con carretilla aprovecha prácticamente todo el producto a diferencia de la aplicación con lanza/pistola. Además, es más homo-

génea y no depende de la pericia del operario ni de su cansancio. Los talleres se celebran entre el 1 y el 22 de junio en la Estación Experimental de 'Las Palmerillas'.

EN LA CAÑADA

IFAPA aborda en un curso la gestión comercial de las empresas agroalimentarias

■ E. S. G.

El Centro IFAPA ha desarrollado un curso titulado 'Asociacionismo y comercialización', en el que se han abordado las formas asociativas en el sector agrario (cooperativas, SAT y otros tipos de sociedades), la gestión comercial de la empresa, el sector agroalimentario, las agrupaciones de productores, ayudas al servicio de la promoción asociativa y la comercialización y la OCM. Esta actividad de modalidad presencial, que se ha llevado a cabo en La Cañada entre

los días 23 de mayo y 1 de junio, ha contado con un amplio número de participantes.

Igualmente, el Centro IFAPA de La Mojonera también ha impartido un curso con el que se han mostrado los patógenos de suelo y los métodos de control en horticultura protegida. Esta acción, celebrada en Campohermoso, ha sido de modalidad presencial y ha tenido una duración total de 20 horas y se enmarca en el programa de actualización de conocimientos técnicos agrarios y agroindustriales.

Universidad

PROMOVER LA MENCIÓN INTERNACIONAL EN EL TÍTULO DE DOCTOR

El ceiA3 convoca ayudas para estudiantes de su Escuela

ESTÁN DESTINADAS A ESTANCIAS ENTRE EL 1 DE ENERO Y 23 DE DICIEMBRE EN PAÍSES DE LA UE, AUSTRALIA, EE UU, CANADÁ O JAPÓN

■ Elena Sánchez

El Campus de Excelencia Internacional ceiA3 lanzó hace unas semanas una nueva oferta de becas para los estudiantes matriculados en su Escuela Internacional de Doctorado en Agroalimentación, con el objetivo de promover que obtengan la Mención Internacional en el título de Doctor. En este sentido, las ayudas están destinadas a estancias realizadas entre el 1 de enero y el 23 de diciembre de 2012 en países de la UE distintos a España, Australia, Canadá, Estados Unidos, Nueva Zelanda o Japón de doctorandos de los programas adscritos al ceiA3, con la finalidad de desarrollar actividades de investigación relacionadas con el contenido de su tesis doctoral y obtener la certificación de la estancia requerida para conseguir la Mención Internacional en el título de Doctor o doctora. Por ello, los beneficiarios de las ayudas previstas en la presente convocatoria son estudiantes



■ Interior de uno de los laboratorios de la UAL. / FHALMERÍA

de los Programas de Doctorado adscritos a la eidA3 que sean becarios o becarias o personas contratadas por las instituciones pertenecientes al ceiA3 (universidades ceiA3, CSIC e IFAPA). Cuando no concurra la circunstancia anterior, el doctorando o la doctoranda también opta a estas ayudas, siempre

que exista compromiso del responsable del grupo de investigación al que pertenece el director de la tesis de realizar un adelanto del 50% de la ayuda antes del comienzo de la estancia, cantidad que será reembolsada al grupo una vez la tesis haya obtenido la Mención Internacional.

CONVENIO

Alumnos de la UAL podrán hacer prácticas académicas en la Finca 'Las Palmerillas'

■ E. Sánchez

La Universidad de Almería y la Fundación Cajamar han firmado un convenio marco que permitirá la realización de prácticas académicas de 15 alumnos en la Finca Experimental 'Las Palmerillas', aunque es cierto que, en la actualidad, ya hay alumnos de la UAL que se encuentran realizando aquí sus prácticas.

El acuerdo ha sido firmado por el rector de la Universidad, Pedro Molina, y la directora de 'Las Palmerillas', Carmen Giménez, y va a regular la realización de esas prácticas académicas externas curriculares y extracurriculares, así como la realización de proyectos Fin de Carrera, Trabajos Fin de Carrera y Trabajos Fin de Máster, en las instalaciones de la Fundación Cajamar que sirvieran como complemento de su formación teórica.

INVESTIGACIÓN

Igualmente, el convenio tendrá como objetivo potenciar la investigación básica y aplicada en los campos de interés mutuos, facilitando la realización de programas comunes que puedan ser desarro-

llados conjuntamente por ambas instituciones. Los alumnos que podrán realizar sus prácticas en la Fundación Cajamar estarán matriculados, principalmente, en titulaciones relacionadas con la agronomía y las ciencias ambientales, aunque también podrán participar alumnos de otras carreras.

Tras la rúbrica del convenio, Pedro Molina señaló que la firma de este acuerdo es un acto más de la visibilidad de las "excelentes y antiguas relaciones entre la UAL y Cajamar". Por su parte, Carmen Giménez hizo referencia a la apuesta de la entidad y de la Fundación Cajamar por "la transferencia de la investigación especializada hacia las empresas".

AGROALIMENTACIÓN

En la actualidad, en la Universidad existen 150 grupos de investigación relacionados con la agroalimentación, que es también el principal campo de la Fundación Cajamar, que desarrolla actividades para el fomento de la cultura y la economía social, la investigación agroalimentaria, la innovación y los estudios económicos o la defensa del medio ambiente.

FORMACIÓN Y PRACTICA

Tecnología de invernaderos y el sector de las flores, temas de los 'Training Network Courses'

■ E. Sánchez

La Universidad de Almería ha acogido dos 'Training Network Courses', cursos formativos y eminentemente prácticos, en los que se ha tratado sobre la tecnología en invernaderos y sobre las técnicas para evaluar la fertilidad de las flores. En este sentido, el primer curso ha sido impartido por el profesor Diego Valera, mientras que el segundo de ellos, dirigido por el profesor Julián Cuevas, giraba en torno al sector de las flores, de gran interés para la agricultura bajo plás-

tico. El objetivo de ambos cursos ha sido el de aportar conocimientos y formación a un grupo reducido de alumnos, de hecho, José Martínez, vicerrector de I+D de la UAL, los destaca como "seminarios muy relevantes" seleccionados después de un proceso previo en el que se propusieron cursos por parte de las cinco universidades que integran el ceiA3. "Finalmente, han sido seleccionados alrededor del 50-60% de los cursos propuestos, lo que da idea de la calidad de la materia que se va a impartir".



■ Presentación de los 'Training Network Courses'. / FHALMERÍA

En estos seminarios formativos participan no sólo investigadores, sino también técnicos de empresas agroalimentarias, una circunstan-

cia muy positiva, según Martínez, porque "las universidades deben contribuir a la mejora formativa tanto a nivel de agricultores como

de directivos". Por otro lado, durante la intervención del vicerrector de I+D también salió el tema del primer aniversario de 'la crisis del pepino', sobre lo que añadió que "una universidad que se preocupa por trabajar en temas importantes siempre es una herramienta de un valor importantísimo a la hora de contribuir a resolver problemas profesionales, sociales o económicos como fue la crisis del pepino. En aquel momento, tanto la UAL como otras universidades estuvieron donde se les requería estar, que no es precisamente dentro de su recinto, sino en contacto con la realidad". A pesar de todo ello, José Martínez concluyó afirmando que "el campo almeriense debe continuar con el control para mantener los actuales niveles de seguridad alimentaria y, en caso de que haya algún agricultor que no siga las reglas, separarlo del sector".

REUNIÓN

Empresas hortofrutícolas y la UAL se unen en pro del futuro del sector provincial



■ Momento de la reunión celebrada en la Universidad. / FHALMERÍA

■ E. Sánchez

Alrededor de 20 empresas del sector hortofrutícola almeriense y la Universidad de Almería se han reunido en la provincia para dar a conocer el trabajo que, en materia agroalimentaria, está desarrollando de UAL y que forma parte del Campus de Excelencia Internacional Agroalimentario, ceiA3. En este sentido, con dicho encuentro se ha pretendido buscar un efecto de sinergia entre la Universidad, los centros de investigación, la Administración autonómica y las empresas para afrontar los nuevos retos a los que se enfrenta el sector agroalimentario almeriense. De hecho, uno de los asuntos puestos sobre la mesa ha sido que las entidades tienen que orientarse, obligatoriamente, hacia la introducción de políticas de I+D+i, buscando una ventaja competitiva frente a sus competidores más allá de la disminución de los precios o la bajada de los costes de producción.

Según ha destacado el rector de la Universidad de Almería, Pedro Molina, el ámbito de colaboración de las empresas del sector con la institución es muy amplio, además de que también ha incidido en que “este tipo de reuniones ayudará a que afloren las demandas y las necesidades de las empresas para reorientar así la cooperación de la Universidad y de los centros de inves-

tigación”. Igualmente, durante este encuentro, cada empresa ha tenido la oportunidad de hacer peticiones y sugerencias con los asuntos que considera más prioritarios y en los que ven necesaria la participación de la Universidad de Almería. El análisis de todas esas peticiones dará lugar a futuros encuentros sectoriales entre las empresas y los grupos de investigación especializados en las temáticas propuestas.

PARTICIPANTES

En la reunión han participado, por parte de la UAL, su rector, Pedro Molina; el vicerrector de I+D+i, José Martínez; el vicerrector de Planificación, Calidad y Relaciones con la Empresa, Manuel de la Fuente; y el director del centro BITAL, Rafael Lozano. Por parte de la Administración autonómica han estado presentes el delegado provincial de Agricultura, José Antonio Salinas; el director del IFAPA, Javier de las Nieves; y el director del centro IFAPA La Mojenera, José Gabriel López. Finalmente, por parte de las empresas han participado representantes de Suca; Agrupaejido; Cabasc; Vegacañada; Ferva; Unica Group; Agrobío; Parquenat; Las Hortichuelas; HORTYFRUTA; Agroponiente, Hortofrutícola Costa de Almería; Vicasol; Hortamar; Murgiverde; ECOHAL; Costa de Níjar y Anecoop.

CEIA3 LA PRESENTA EN BARCELONA

Enme, una nueva aplicación que diseña menús saludables

HA SIDO CREADA PARA FACILITAR EL TRABAJO DE LOS INSPECTORES QUE CONTROLAN LA SALUBRIDAD DE LOS COMEDORES ESCOLARES

■ Elena Sánchez

El Campus de Excelencia Internacional en Agroalimentación ceiA3 ha presentado, en la Feria de Tecnologías de la Agroalimentación BTA Barcelona, la aplicación Enme, diseñada por bromatólogos del ceiA3 para facilitar el trabajo de los inspectores que a diario controlan la salubridad de los comedores escolares. De hecho, en el propio stand que el Campus de Excelencia tenía en esta feria se ha podido diseñar un menú saludable para escolares y evaluar su calidad.

Además, otra de las novedades mostradas es la aplicación de control de seguridad alimentaria Microhibro, con la que se pueden predecir las pandemias provocadas por algún patógeno en cualquier alimento vegetal listo para consumir. Igualmente, el stand del ceiA3 mostró las innovaciones desarro-



■ Las frutas y hortalizas son las más indicadas. / FHALMERÍA

lladas en el ámbito de la salud ambiental. Concretamente, se motró a los asistentes cómo con la ayuda de las abejas se pueden realizar mapas de bioseguridad para ayudar a la industria agroalimentaria en la toma de decisiones para minimizar su impacto ambiental.

Finalmente, entre la oferta tecnológica desarrollada por los científicos del ceiA3, también se ha podido conocer de cerca el primer sistema de mecanización del oli-

var, que permitirá reducir a una sola persona el personal necesario para recoger la aceituna, hasta ahora dependiente del trabajo manual, o la patente desarrollada por Cádiz para acelerar el envejecimiento del Brandy.

El Campus de Excelencia Internacional en Agroalimentación trabaja desde 2009 por la transformación del sector agroalimentario mundial hacia un modelo productivo sostenible.

CEIA3

Organiza el Congreso Científico de Investigadores en Formación

■ E. S. G.

Más de 200 jóvenes investigadores han participado en el I Congreso Científico de Investigadores en Formación ‘Creando Redes’, organizado por el ceiA3, con el objetivo de compartir los resultados de sus investigaciones y abrir la posibilidad de crear nuevos equipos científicos e iniciar nuevas líneas de investigación.

En total, este congreso ha acogido la presentación de 171 comunicaciones y 32 pósteres en áreas tan diversas como la calidad y seguridad alimentaria; gestión, comercialización e internacionalización; producción primaria, sanidad y mejora; transformación y producción secundaria; Ciencias de la Salud; Ciencias Sociales y Jurídicas; Huma-



■ Desarrollo del congreso en la UAL. / FHALMERÍA

nidades e Ingeniería y Tecnología. Para el coordinador docente del ceiA3, José Carlos Gómez, estas líneas de trabajo e investigación serán el futuro de la I+D

de excelencia, ya que están a la vanguardia de las demandas del sector y se adaptan a las necesidades que surgen cada año para controlar las carencias que se dan.

IV y V gama

PRODUCTOS ELABORADOS

El 77% del zumo elaborado en Almería tiene como destino el mercado japonés

DE MOMENTO, LAS CANTIDADES NO SON MUY ABULTADAS, APENAS UNOS 270 KILOS, PERO SUPONEN LA APERTURA A NUEVOS MERCADOS

Isabel Fernández

El 77% de los zumos elaborados por las empresas de la provincia recalca en el mercado japonés. Así lo afirmaron desde la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca, desde donde indicaron que, junto al nipón, Francia, Hungría y Portugal son otros de los destinos preferidos por las empresas que exportan este tipo de alimento. De momento, las cifras que maneja el sector no son, ni mucho menos, abultadas, sin embargo, suponen la apuesta por la apertura de nuevos mercados, una opción nada desdeñable en los tiempos que corren. De este modo, y según los números de la Administración andaluza, entre enero y marzo pasados, las empresas almerienses comercializaron en el exterior 270 kilos de zumo, la mayor parte, en Japón. En total, y según los datos del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), en 2011, la agroindustria provincial exportó zumos por un valor superior a los 2.000 euros. Por el contrario, Almería

no ha importado este tipo de productos en los últimos tres años, según estos mismos datos.

Aunque la exportación de zumos, tanto por su volumen como por su valor, continúa siendo insignificante, el exdelegado de Agricultura y Pesca, José Antonio Salinas, valoró el hecho de que los empresarios de Almería continúen apostando por la búsqueda de nuevos mercados para sus productos, ya que, en momentos de crisis como la actual, "la exportación se muestra como una de las principales alternativas para la economía y, en particular, para el sector de la agroalimentación".

BEBIDAS

Pero si de entre las bebidas exportadas por Almería el zumo es la que, cuando menos, más llama la atención, en cualquier caso, no es la única. De este modo, las cifras hechas públicas por la Administración andaluza reflejan que, entre enero y marzo pasados, la provincia exportó 82 toneladas de bebidas tanto alcohólicas como sin alcohol; esta cifra supone un descenso del 4'31 por ciento con respecto al mismo período del año anterior.

El mayor volumen exportado correspondió a los vinos y, de he-



■ Naranjas, materia prima para elaborar los zumos. / FHALMERÍA

cho, Almería comercializó en los distintos mercados de destino 75 toneladas de vino en los tres pri-

meros meses del año, cantidad que sumó una facturación de 168.000 euros.

ENTRADA EN EL MERCADO

Biosabor cierra ya acuerdos para la distribución de su nuevo gazpacho

I. F. G.

Biosabor, empresa almeriense especializada en la producción de tomate ecológico, puso en marcha el pasado mes de septiembre una nueva línea de negocio, volcada ahora en la V gama. El primero de sus productos elaborados es un gazpacho para el que, según comentó Faustino Giménez, jefe de almacén de Biosabor, "estamos trabajando en la distribución" y, de momento, "ya hemos logrado

cerrar un acuerdo en Barcelona" para su distribución en esta Comunidad Autónoma. De momento, y poco a poco, desde la empresa van dando algunos pasos para, en primer lugar, dar a conocer su producto y, segundo lugar, abrir vías de comercialización.

Con respecto al primero de estos objetivos, Biosabor ha estado presente con su gazpacho en las últimas ferias celebradas en la provincia, como son Expo Agro y ExpoLevante Níjar, así como en

eventos internacionales; de hecho, su 'puesta de largo' tuvo lugar en Fruit Logistica, el pasado mes de febrero. En todos estos eventos, y según apuntó Giménez, están recogiendo "muy buenas sensaciones". En este sentido, explicó que "queremos que la gente lo pruebe y opine" y, de momento, las opiniones recibidas están siendo más que satisfactorias.

Desde la empresa valoran, asimismo, los primeros pasos en la distribución del producto; de he-

cho, según apuntó Giménez, "nuestro presidente, Francisco Belmonte, está continuamente manteniendo reuniones para cerrar acuerdos de distribución del producto".

Si algo caracteriza al gazpacho de Biosabor es, precisamente, la búsqueda del sabor más tradicional de esa sopa fría, algo que, normalmente, se pierde en los productos elaborados. Por ello, apelan a la opinión del consumidor, a quien piden que lo pruebe y aporte todas las sugerencias que, bajo su punto de vista, contribuyan a mejorar este producto. Un consumidor que, de momento, se muestra satisfecho con el gazpacho. Y es que, según afirmó Giménez, "tenemos un producto muy elaborado".

SECTOR EN EXPANSIÓN

Murcia duplica las empresas de IV gama en sólo tres años

I. F. G.

La Región de Murcia sigue creciendo y expandiendo su sector de la IV gama y, de hecho, en apenas tres años, ha pasado de tener dos grandes empresas dedicadas a la elaboración de estos alimentos limpios, troceados, envasados y listos para su consumo a cinco que, además, "se sitúan entre las más importantes de España". Así lo afirmó Antonio Cerdá, consejero de Agricultura y Agua de la Región de Murcia, durante la inauguración del 4º Seminario Internacional Empresa-Universidad, titulado 'Retos y perspectivas en el procesado mínimo de cuarta gama', organizado por la Universidad Politécnica de Cartagena junto con la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica de la UPCT.

Según Cerdá, "este sector va creciendo" y, de hecho, "en los últimos tres años, la Región ha aumentado de dos a cinco el número de empresas dedicadas a la producción y comercialización de estos productos". Cerdá se refirió, asimismo, a la importancia que el sector agroalimentario, en general, tiene para la economía de la Comunidad Autónoma, puesto que representa el 60% del total de las exportaciones regionales. Y dentro de él llamó la atención sobre el aumento de la producción de IV gama, debido a "los cambios de los hábitos alimentarios de la población".

De este modo, la vecina Región de Murcia toma las riendas de esta industria en el Sureste peninsular. Mientras tanto, en Almería, esta línea de negocio es aún incipiente y son pocos o muy pocos quienes ya han dado el paso hacia la elaboración de alimentos con valor añadido. Entre las causas de este 'retraso', desde el sector almeriense han citado en numerosas ocasiones la importante inversión necesaria para poner en marcha iniciativas de este tipo. Unas inversiones que se tornan aún más complicadas en un momento de crisis económica generalizada como el actual.

Legislación

PÓLIZAS

Abierto el plazo para contratar el nuevo seguro de hortícolas

■ I. F. G.

Desde el pasado 1 de junio y hasta el 30 de septiembre próximo, los agricultores de la provincia podrán contratar el seguro para sus explotaciones invernadas. Un seguro que, en el caso del tomate, podrá suscribirse hasta el 31 de octubre. Ya el año pasado, el seguro para hortícolas sufrió una simplificación, al aunar en una única línea vías opciones de aseguramiento para una misma producción. Gracias a este seguro creciente, que así se denomina la nueva póliza, el agricultor puede elegir la opción que mejor se adapte a las necesidades de su explotación, al ofrecer diferentes opciones de contratación. De este modo, el seguro se hace más flexible, en pro de una mejora en la renta de todos los agricultores.

INVERSIONES

CC. AA reciben 10'1 millones para programas agrícolas

■ I. F. G.

El Gobierno aprobó a mediados de mayo el Acuerdo para la distribución de más de 10'1 millones de euros entre las Comunidades Autónomas para programas agrícolas y ganaderos. Precisamente la mayor partida, de más de 5'8 millones de euros, va destinada a la financiación de los intereses de los préstamos concedidos en 2008 a los titulares de las explotaciones ganaderas que, en 2007, soportaron importantes aumentos de sus costes debido a las elevadas cotizaciones de los cereales. Este reparto incluye, asimismo, 1'6 millones para la línea de actuación contra las plagas, entre otras partidas. De este modo, el Gobierno cumple con los compromisos adquiridos en la Conferencia Sectorial de Agricultura.

ASAMBLEA DE LA FIAB

El Ministerio regulará las prácticas "desleales" de la cadena con contratos

ARIAS CAÑETE DIJO QUE IMPULSARÁ UN RÉGIMEN DE CONTRATACIÓN POR ESCRITO ENTRE LOS AGRICULTORES Y LOS COMPRADORES

■ Isabel Fernández

El ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Miguel Arias Cañete, afirmó recientemente que el Ministerio impulsará un régimen de contratación por escrito entre agricultores y compradores para garantizar seguridad jurídica y equidad y que regulará las prácticas "desleales" de la cadena. Así lo afirmó el ministro durante la clausura de la Asamblea General de la Federación de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB), donde explicó que ésta es, precisamente, una de las novedades que se recogen en el anteproyecto de Ley de mejora de la vertebración de la cadena de valor, un texto cuya finalización está, según Arias Cañete, "muy próxima" para su consulta pública.

Con la puesta en marcha de esta normativa, desde Agricultura se pretende acabar con prácticas "po-



■ El ministro Miguel Arias Cañete en una reunión anterior con responsables de la FIAB. / FHALMERÍA

tencialmente desleales", a partir de las "recomendaciones" de la Comisión Nacional de la Competencia (CNC), para lo que será necesario modificar las normas legislativas sobre interprofesionales. De este modo, el Ejecutivo cumpliría, asimismo, con una de las mayores demandas del sector agrícola nacional y que no es otra que una mayor transparencia en las relaciones entre productores y compradores. Unas relaciones, en oca-

siones, en las que la balanza se inclina de un lado.

I+D

Junto a esta apuesta clara por la transparencia de la cadena alimentaria, Miguel Arias Cañete aprovechó su participación en la Asamblea de la FIAB para referirse a la puesta en marcha futura, con el apoyo comunitario y, cómo no, nacional, de un "programa de in-

novación e investigación del sector agroalimentario, a lo que se suman iniciativas para impulsar la sostenibilidad".

Por último, anunció el deseo del Ejecutivo de crear una Comisión de Coordinación para la internacionalización de la industria agroalimentaria, que coordinará las acciones de las administraciones central y autonómicas. De este modo, la internacionalización se convierte en prioridad para el Gobierno.

MÁS ACUERDOS

Agricultura aprueba nuevas medidas contra la sequía y recibe las críticas de COAG

■ I. F. G.

El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente aprobó recientemente una nueva batería de medidas que ayuden al sector a paliar los daños producidos el pasado invierno en los cultivos por las heladas y, sobre todo, por la sequía. Todas ellas son medidas para facilitar el acceso a la financiación y que tienen como objetivo imprimir cierta liquidez a agricultores y ganaderos.

Sin embargo, y pese a la 'buena voluntad' del Ejecutivo, lo cierto es que las propuestas del Ministerio han sido criticadas duramente

desde la organización agraria COAG en Almería. De hecho, su secretario provincial, Andrés Góngora, lamentó que "son unas ayudas que no cubren las dificultades que atraviesa el sector ante las citadas inclemencias meteorológicas" y, es más, "tal y como están redactadas las disposiciones, nuestros agricultores y ganaderos no pueden optar a ellas".

COAG presentó recientemente un documento al Ministerio que recoge un paquete de medidas, a su juicio, urgentes, que el sector agrario necesita para poder hacer frente a la campaña. Pese a todo, "el Ministerio ha desoído nuestras



■ Una de las reuniones de la Mesa de la Sequía. / FHALMERÍA

propuestas y ha publicado unas ayudas que no son para nadie", ya que, insistió Góngora, "de la forma que están redactadas las disposiciones, muy pocos agricultores y ganaderos podrán acogerse a

ellas, por lo que esta línea de ayudas es una auténtica chapuza".

Por último, lamentó que el Ministerio "no está atendiendo las necesidades de los agricultores y ganaderos".

Medio ambiente

TALLER DE LA FUNDACIÓN CAJAMAR Y EL AYUNTAMIENTO DE EL EJIDO

Más de 100 agricultores y técnicos aprenden a elaborar y usar el compost agrícola

I. Fernández

Un total de 110 personas participaron durante el mes de mayo en el taller de compostaje organizado por la Fundación Cajamar y el Ayuntamiento de El Ejido y que continuará a lo largo de este mes de junio. El objetivo de este taller, según recordaron desde la propia Fundación, no es otro que "conocer el compost de primera mano"; para ello, a través de sesiones tanto prácticas como teóricas, los participantes han podido, y podrán aún, entender su proceso, los parámetros que determinan su calidad, valorarlo como alternativa a los abonos químicos

y evitar los posibles problemas derivados de su uso.

La actividad agrícola almeriense genera toneladas de residuos vegetales que, a priori, suponen un problema para los agricultores, máxime teniendo en cuenta las escasas alternativas de tratamiento de estos residuos con las que cuentan en toda la provincia. Precisamente por ello, desde Cajamar decidieron poner en marcha este taller, con el que se pretende, además, "evitar ver los residuos como un problema y comenzar a verlos como un producto de gran valor añadido, tanto agronómica como medioambientalmente".

Para ello, a través de las sesiones teóricas, que han tenido lugar en la Estación Experimental 'Las Palmerillas', igual que las prácticas, el centenar de participantes ha podido conocer qué es el compost, cuál es su diferencia con el estiércol o cómo se produce, entre otras cuestiones. También se han abordado aspectos como qué tipos de restos de invernaderos se compostan o cómo controlar que el proceso se desarrolle correctamente. En la parte práctica, los participantes han podido revisar el funcionamiento de las diferentes pilas de compost que se están realizando en la Estación Experimental o ver



Los participantes en una de las sesiones prácticas. / FHALMERÍA

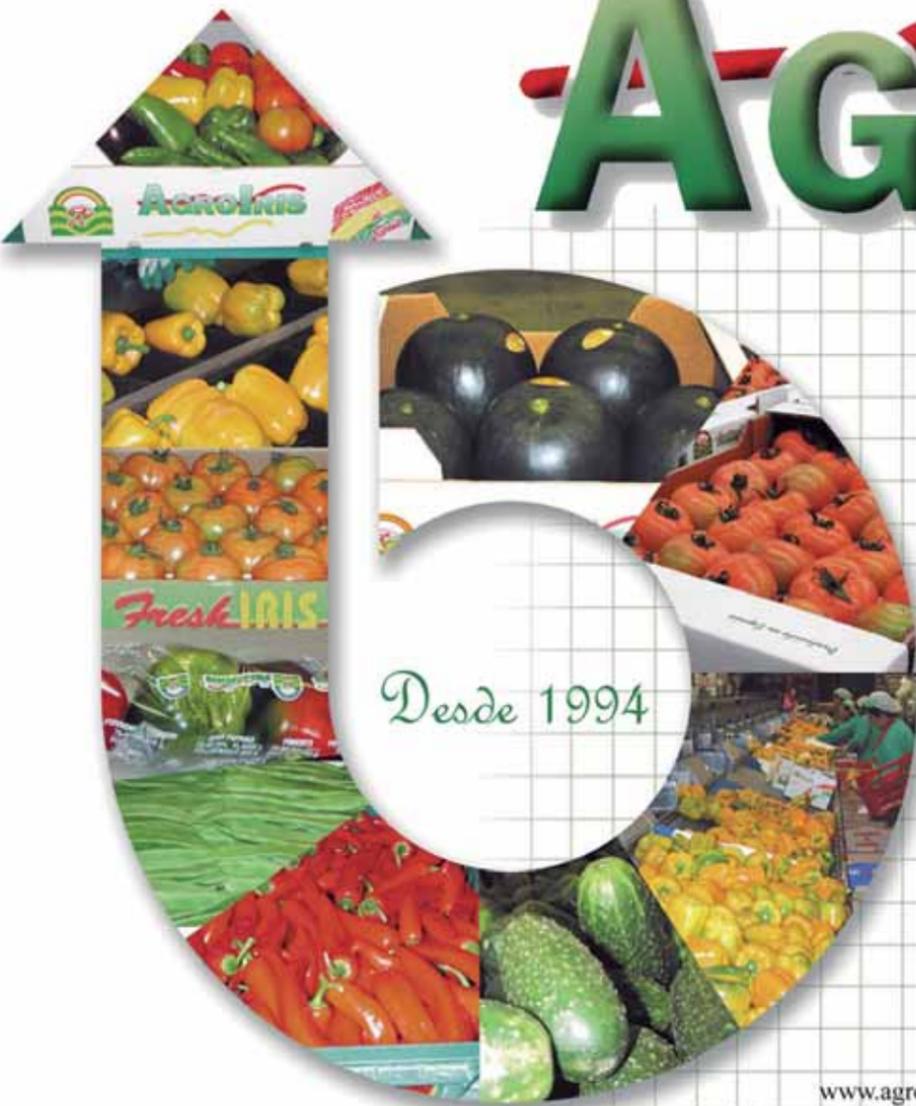
cómo debe realizarse el acopio de restos vegetales.

El taller, que ha tenido una gran acogida entre agricultores y técnicos, seguirá en marcha en junio. De este modo, los profesionales del sector podrán ampliar

sus conocimientos sobre esta alternativa para el tratamiento de restos vegetales y que supone una interesante opción para acabar, de forma limpia, con uno de los mayores problemas que tiene el sector agrícola.



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



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

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

Marketing

XXXV FESTIVAL DE TEATRO DE EL EJIDO

El teatro se traslada al invernadero y rinde homenaje a los agricultores de Almería

... LAS INSTALACIONES DE CLISOL AGRO ACOGIERON LA OBRA DE LA COMPAÑÍA BOTAVARA, LA PRIMERA QUE SE INTERPRETA BAJO EL 'MAR DE PLÁSTICO'

■ Isabel Fernández

Probablemente, cuando Lope de Vega, Calderón de la Barca o Zorrilla, todos ellos dramaturgos del Siglo de Oro español, escribieron cualquiera de sus obras, pensaron en mil y un escenarios para representarlas; sin embargo, jamás pasaría por sus cabezas llevarlas al campo, el entorno donde miles de hombres y mujeres, cada día, se ganaban el sustento y, mucho menos, a un invernadero. Por aquel entonces, poco o nada se sabía aún de lo que estas explotaciones invernadas podrían llegar a suponer para la economía de una región como la almeriense, pero, de haberlo sabido, seguro ninguno de ellos las habría elegido para representar ninguna de sus obras, ¿o sí?

Quienes sí han llevado el teatro bajo el invernadero han sido los actores y actrices de la compañía Botavara, que a finales del pasado mes de mayo representaron en las instalaciones de Clisol Agro su 'Teatro bajo el plástico', una obra pionera. Y es que, nunca hasta esa noche, el invernadero había sido elegido como espacio escénico. La obra se enmarcaba dentro de la programación del XXXV Festival de Teatro de El Ejido, una edición sobre la que, ya en su presentación, desde el Consistorio ejidense insistieron en que iban a apostar por trasladar el teatro a escenarios de la vida cotidiana. Y que mayor escenario de la vida cotidiana de El Ejido que el invernadero, lugar en el que trabajan en torno a 150.000 personas en toda la provincia.

En este sentido, José Andrés Cano, concejal de Cultura del Ayuntamiento de El Ejido, afirmó que, con esta iniciativa, "se pretende demostrar que un espacio de trabajo tan peculiar como éste se puede convertir también en un espacio para la cultura, la convivencia y la sociabilidad de aquellos que aman el arte". Asimismo, comentó que "este montaje es fruto



■ Un momento durante la representación en los invernaderos de Clisol Agro. / FHALMERÍA

de la apuesta municipal por trasladar el teatro a distintos escenarios de la vida cotidiana del municipio para demostrar que cualquier espacio puede ser interesante para desarrollar el arte".

En la representación participaron casi una treintena de actores, de los que buena parte eran agricultores y otros muchos se encuentran ligados, de una manera u otra, al sector. En esta línea, el concejal ejidense explicó que "en la obra participan muchas personas que desde el amanecer y hasta el atardecer se dedican a este sacrificado oficio que es la agricultura y que, en su tiempo libre, se vuelcan con el teatro". Con esta obra, desde el Consistorio y, cómo no, la propia compañía, quisieron ensalzar la gran labor que desempeñan a diario las más de 150.000 personas que, en toda la provincia, se dedican a la agricultura.

Durante unos minutos, las instalaciones de Clisol Agro se convirtieron, pues, en un escenario en el que actores y actrices dieron lo mejor de sí para deleitar al público. Un público que, con toda seguridad, no sólo quedó encantado con las interpretaciones, sino



■ Los actores, ya caracterizados, llegan a las instalaciones. / FHALMERÍA

también con el entorno nada peculiar en el que éstas tuvieron lugar. El telón se levantó en el 'mar de plástico' para mostrar los invernaderos no sólo como un lugar de duro trabajo, sino también como un espacio de convivencia y, por

qué no, acogedor de cultura para todos los públicos.

Los grandes autores del Siglo de Oro español nunca imaginaron que su obra pudiera salir del teatro; de hecho, todos soñaron con llegar a un público sentado en sus cómodas

butacas y con la vista puesta en la caja escénica. Sin embargo, quién sabe si, a día de hoy, alguno de ellos no aplaudiría esta iniciativa que aúna vida cotidiana y cultura en un espacio escénico, cuando menos, diferente y sugerente.

El futuro está en nuestras manos

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

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

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



Agenda

EVENTOS

■ TELEFORMACIÓN

SEAE estimula las hortalizas y frutas ecológicas a través de un curso

Desde el 21 de mayo y hasta el 2 de julio el SEAE tiene en marcha un curso sobre 'Postcosecha: manipulación y envasado de productos hortofrutícolas ecológicos frescos'. El objetivo principal del curso es ofrecer una formación a pequeños y medianos agricultores y empresarios con el fin de estimular la elab-

boración ecológica de productos hortofrutícolas frescos. Además, también se pretende analizar la importancia, problemática y retos del sector hortofrutícola ecológico, así como generar oportunidades de empleo mediante el desarrollo de la industria de preparación y conservación de frutas y hortalizas.

■ FERIA

FERMA une a los profesionales del Alto Aragón

Del 4 al 26 de agosto se celebra en la localidad de Barbastro una nueva edición de FERMA. Se trata de un salón multisectorial donde se dan cita las empresas del Alto Aragón para mostrar sus productos y servicios al público en general. El comercio, la



agroalimentación, la automoción o las nuevas tecnologías son algunos de los sectores presentes en FERMA, uno de los eventos feriales que se desarrollan a nivel anual, más antiguos de Barbastro.

■ CONCURSO

II Premios sobre Agricultura Sostenible

La Plataforma Tecnológica de Agricultura Sostenible pone en marcha, por segundo año consecutivo, los II Premios de la Plataforma Tecnológica de Agricultura Sostenible, con el objetivo de favorecer su difusión y conocimiento desde el punto de vista económico, social y medioambiental de los temas re-

ferentes a esta gran materia. Su objetivo es valorar el trabajo de los investigadores que trabajan con el fin de conseguir nuevas tecnologías que hagan de la agricultura y de la ganadería un sistema cada día más sostenible. Los interesados deberán enviar sus trabajos antes del 1 de julio de 2012.

■ FORO

Eurofruit y Feria Agraria San Miguel tendrán la presencia de 300 expositores



La 58ª edición de la Feria Agraria de San Miguel (Salón Nacional de la Maquinaria Agrícola) y la 27ª edición de Eurofruit (Salón Internacional del Sector de la Fruta) tendrán lugar en el recinto ferial de Lérida del 27 al 30 de septiembre con la

presencia de más de 300 expositores y la previsión de alcanzar los 190.000 visitantes. La manifestación ferial mantendrá el modelo actual de 4 días de duración, ya que es el que más se adapta a las preferencias de los expositores.

■ ACTIVIDAD

Agropec llega como la cita anual de los agentes de los sectores agrícola, ganadero y pesquero y forestal

Del 28 al 30 de septiembre tiene lugar Agropec, la cita anual en Gijón de los agentes de los sectores agrícola, ganadero, forestal y pesquero. Al ser Asturias una zona con una potente industria agroalimentaria, la muestra es muy relevante dentro del



panorama nacional. La ganadería, la industria alimentaria, los bienes de equipo para las industrias transformadoras, la pesca y su transformación, alternativas a las actividades agrarias y ganaderas y la artesanía conviven en Agropec.

EN LA WEB

www.reta.es

Innovación de espacios tecnológicos de Andalucía

La misión del portal Web de RETA es trasladar la capacidad de innovación de los espacios y centros tecnológicos de Andalucía y el conocimiento generado en las universidades a todo el tejido productivo andaluz para que se transforme en servicios y productos altamente competitivos. En este sentido, RETA garantiza la igualdad de oportunidades a todas las empresas. Por eso el trabajo de la organización se centra tanto en los parques tecnológicos como en los polígonos industriales.



www.elagricultor.com

El espacio del agricultor que le ayuda a crear confianza para clientes y trabajadores

El portal Web es un espacio creado por una serie de productores con el fin de acercar Internet al agricultor y al ganadero lo que, sin duda, ayudará a su desarrollo y bienestar. La misión de la Web es convencer al mundo agroganadero para que consigan los productos de la más alta calidad con la innovación.

www.agricultura-ecologica.com

Todo lo que puede rodear al sector ecológico al alcance del cibernauta a través de la red

Esta Web quiere y pretende informar sobre la agricultura y la producción ecológica y las ventajas de consumir alimentos cultivados y producidos sin productos químicos de síntesis y sin organismos modificados genéticamente. Contiene todo tipo de apartados para conocer cualquier aspecto del sector.



www.agromaquinaria.com

La bolsa virtual para la gestión de compra-venta de maquinaria agrícola

Agromaquinaria es un portal vertical especializado en contactar la oferta y la demanda de la maquinaria agrícola y ganadera de ocasión, ejecutando acciones B2B, B2C y C2C y ofrecer todos los servicios añadidos al sector, como financiación de la maquinaria, seguros, contenidos del sector, información de subvenciones, tasación de vehículos o información para la importación.

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



**fruit
attraction**
FERIA INTERNACIONAL DEL SECTOR
DE FRUTAS Y HORTALIZAS

24-26
OCTUBRE
2012



EL MEJOR MERCADO PARA CULTIVAR NEGOCIOS



II Congreso Grape Attraction

25 Octubre

I Simposio Internacional de Ciruela y Cereza

24-25 Octubre

Fruit Fusión

II Premio Nacional al Mejor
Plato Vegetal del año
III Concurso de Tallado
de Frutas

24-26 Octubre

Semana de las Verduras

20-28 Octubre

www.fruitattraction.ifema.es

LÍNEA IFEMA

LLAMADAS DESDE ESPAÑA
INFOIFEMA 902 22 15 15
EXPOSITORES 902 22 16 16

LLAMADAS INTERNACIONALES (34) 91 722 30 00

fruitattraction@ifema.es

SIGUENOS EN:



[facebook.com/fruitattraction](https://www.facebook.com/fruitattraction)



[@FruitAttraction](https://twitter.com/FruitAttraction)

