



CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA

La crisis financiera impone maniobras de concentración, mientras el sector intenta resistirse a una unión más rentable

Los acuerdos de fusión siguen produciéndose muy a pesar de que las empresas intentan mantener una autonomía que hace inviable la comercialización de los productos agrarios almerienses. El último gesto ha sido la compra de Cehorpa (Agrupaejido) por parte de Hortofrutícola Costa de Almería. Págs. 6 y 7



■ Cecilio Guillén ha vendido la alhóndiga Cehorpa a Hortofrutícola Costa de Almería, presidida por Juan Enrique Vargas.



■ Ya ha desaparecido el nombre de 'Cehorpa' de las instalaciones adquiridas por Costa de Almería

ACTUALIDAD

LUIS PLANAS
CONSEJERO DE AGRICULTURA,
PESCA Y MEDIO AMBIENTE



“Soy partidario de explotar todas las vías posibles para concentrar más la oferta”
P. 4 y 5

El campo almeriense reduce un 55 por ciento el uso de fitosanitarios en el tomate

Página 28

ACTUALIDAD

La campaña agrícola bate record con un valor comercial de 2.336 millones de euros P. 3



ESPECIAL **Berenjena, pepino y calabacín** P. 17 a 26

ESPECIAL **Rijk Zwaan** P. 19 a 26



ESPECIAL **Industria auxiliar** P. 27 a 34



José Manuel Ortiz,
nuevo delegado de
Agricultura
Página 2

Opinión

OPINIÓN

Personas tóxicas en el sector agrario almeriense



■ José Antonio Gutiérrez Escobar

¿Quién no conoce a alguien que al principio finge ser tu amigo pero que poco a poco va lanzando mensajes dañinos para minar tu moral? Sólo creerá si te hace a ti pequeño y suelen exagerar tus errores mientras que menosprecian tus logros. Alguno incluso inventa rumores falsos para acabar con tu buena reputación. Son personas que sólo buscan acaparar poder sobre los otros y su egocentrismo no tiene parangón. Este tipo de personas están catalogadas como 'Personas tóxicas'.

Es momento de hacer borrón y cuenta nueva porque estamos a las puertas de una nueva campaña agrícola. Por ello es necesario repasar algunas cosas que no le vienen nada bien al sector que tanto dinero da a esta provincia y uno que subsiste a los vaivenes de la crisis.

Es cierto que la comercialización de frutas y hortalizas, como cualquier otro mercado, es de libre competencia y cada uno puede actuar en la comercialización de los productos agrarios como le venga en gana respetando, eso sí, las normas establecidas para ello.

A nadie escapa que dentro del sector comercializador hay muchos que están obteniendo ganancias en río revuelto. Esas ganancias proceden de empresas y agricultores que son los que realmente invierten para que el

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

sector siga funcionando.

La actitud de esta 'gente tóxica' debilita a estas empresas y agricultores y por desgracia para todos son los que se salvan en tiempos de escasez.

Sin más preámbulos y hecha la oportuna presentación de lo que quiero decir, paso a dar pista de 'gente tóxica' en nuestro sector. No hace mucho nos era muy familiar la imagen del vendedor de fitosanitarios en la barra del bar, proveía a los agricultores de una sustancia milagrosa para acabar con las plagas. En realidad estaba vendiendo materia activa no registrada residual que podía llevar al agricultor a una dura sanción.

¿Alguien conoce al típico gerente de entidad comercializadora que se pasa el día justificando sus malas liquidaciones descalificando al gerente de la empresa de arriba y anunciando la quiebra de la empresa de abajo? Sí, es muy típico de nuestra agricultura. Pues esta es otra figura tóxica.

¿Alguien sabe de un intermediario de subastas que se lleva el 2 por ciento de las compras que haga en el día? Casi todos los que conocemos el sector sabemos de este tipo de agentes. Algunos de ellos ganan unos 200 euros diarios que viene a ser algo así como 6.000 euros al mes ¿Realmen-

te se lo merecen? Toxicidad pura y dura.

Cuando se habla de unir el sector, todos aquellos predicadores de barra de bar que se oponen y lanzan una batería de propuestas negativas son igualmente tóxicos para el sector, pues parece que están desvelando motivos ocultos de las empresas que se unen y realmente lo que están haciendo es intentar impedir acuerdos que reduzcan gastos innecesarios, como por ejemplo el de las comisiones a intermediarios.

Por otra parte es fácil encontrar a los creadores de 'los chiringuitos'. Se presentan como los salvadores de los agricultores porque le consiguen precios únicos, luego algunos de ellos no pagan, o hacen una selección de producto un tanto sospechosa. Además suelen tener los centros de manipulado carentes de permisos administrativos y no pagan los impuestos como marca la ley. Al final son verdaderos mercenarios que van en contra del equilibrio necesario en un negocio como el agrario y van en contra de todo: agricultores, empresas comercializadoras serias, administración y debilitan la imagen de nuestra agricultura en el exterior.

Y finalmente me quiero referir a los

propios agricultores, algunos de ellos, aún conociendo las exigencias del mercado en cuanto a calidad, se empeñan en engañar a todo el mundo con productos indeseables que hasta las cabras protestarían a 1 hora de ingerirlo. Su actitud, en caso de tener éxito, terminaría afectando a la totalidad de productores. Son en definitiva, tan tóxicos como el que más.

A todos estos hay que añadir una larga lista de personajes como son los políticos mentirosos, los técnicos sobornados, los proveedores de productos mágicos, etc., etc.. La única solución que existe para luchar contra esta gente tóxica del sector agrario almeriense es no darle credibilidad alguna, identificarlos y ponerlos en evidencia ante el resto de la sociedad agrícola provincial. Para eso estamos los medios, por lo tanto espero todo tipo de iniciativas, para colaborar en la medida que este medio pueda, en eliminar a toda esa gente tóxica. Para cumplir con ello, aquí está la dirección de nuestro correo electrónico: fhalmería@fhalmería.com.

José Manuel Ortiz, nuevo delegado de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente

José Manuel Ortiz Bono (Abla, Almería, 1962) es maestro de Educación Primaria y Educación de Adultos. Desde el año 2010 ha ocupado el cargo de delegado provincial de la extinta Consejería de Obras Públicas y Vi-

vienda en Almería. El nuevo delegado territorial también ha sido alcalde de su localidad natal (2003-2010) y presidente del Grupo de Desarrollo Rural Alpujarra-Sierra Nevada-Granada-Almería (2007-2010).

El militante socialista José Manuel Ortiz Bono ejerció como vocal de la Asociación Rural Andalucía ARA (2007-2010) y del Consorcio de Residuos Sólidos Sector II de Almería (2004-2010).



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

EJERCICIO 2011/2012

La campaña hortícola bate récords con un valor comercial de 2.336 millones

TAMBIÉN SE HA REGISTRADO UN AUMENTO EN EL VOLUMEN DE PRODUCCIÓN, YA QUE SE HAN ALCANZADO LOS 3,09 MILLONES DE TONELADAS

■ Elena Sánchez

La campaña hortícola almeriense 2011/2012 está prácticamente cerrada y la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía ya va obteniendo los primeros datos de la misma. En este sentido, lo más destacado por ahora es que el ejercicio hortícola ha batido récords tanto en volumen como en valor de la producción comercializada. Según ha avanzado el consejero de Agricultura, Luis Planas, “este año se ha obtenido un valor comercial de 2.336 millones de euros, es decir, un 13,1 por ciento más que en la campaña 2010/2011; así como también se han alcanzado los 3,09 millones de toneladas, un 7,5 por ciento más que el año anterior”. Sin duda, para Planas estos primeros datos del balance “reflejan la fortaleza del sector hortofrutícola, motor económico de la provincia almeriense”.



■ El consejero de Agricultura, Luis Planas, presentando los primeros datos de la campaña en Almería.

Asimismo, la producción hortícola ha generado un valor de 1.623 millones de euros, un 7,6 por ciento más que la pasada campaña, y ha alcanzado la cifra más alta de la superficie cultivada, con 48.676 hectáreas, es decir, un 5,3 por ciento más que en el ejercicio 2010/2011. Por su parte, la superficie de invernaderos se mantiene estable, con unas 26.778 hectáreas, en las que se recolecta una media de casi 1,5 cosechas

al año. Sin embargo, para el responsable de Agricultura de la Junta de Andalucía, estos datos, “aunque son muy buenos es necesario seguir avanzando en algunas cuestiones primordiales para garantizar la rentabilidad de los agricultores andaluces”.

PRECIOS BAJOS

Sin embargo, el peor dato lo ofrecen las cotizaciones, ya que los precios medios de los productos se han mantenido en el mismo nivel de la campaña anterior, es decir, por debajo de la media de los últimos años, por lo que, para Planas, “hay que seguir apostando por la concentración de la oferta que permita obtener una mayor rentabilidad a nuestros profesionales”. En cuanto a superficie, se ha experimentando un aumento de producciones como calabacín y sandía, mientras que el tomate ha sido el producto que más ha incrementado en valor, con un 22,7 por ciento más que el año pasado.

ASAJA dice que faltó la reunión con el sector

La organización agraria ASAJA-Almería ha valorado los datos presentados por el consejero de Agricultura, Luis Planas, pero

“hemos echado en falta una respuesta a las debilidades de nuestro sector, ya que en el balance de la Consejería sobre la campaña hortícola almeriense no se realiza un estudio de los costes que permitiría dar una imagen de la situación real del sector productor y sus empresas”. Para Francisco Vargas, presidente de ASAJA-Almería, “la visita del

consejero hubiera sido una buena oportunidad para entrar en asuntos como el papel de las frutas y hortalizas en la reforma de la PAC, las modificaciones que se han producido en la gestión de crisis, la fiscalidad del sector agrícola y ganadero y, en definitiva, habernos expuesto los datos y haber intercambiado impresiones con el sector”.

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

ENTREVISTA EN EXCLUSIVA

“Soy partidario de explorar todas las vías posibles para concentrar más la oferta”

LUIS PLANAS

CONSEJERO DE AGRICULTURA, PESCA Y MEDIO AMBIENTE DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

ASEGURA QUE, DESDE SU CONSEJERÍA, APOYARÁN TODAS LAS INICIATIVAS EN ESTE SENTIDO, SOBRE TODO, EN EL ÁMBITO DEL COOPERATIVISMO

Isabel Fernández

- En primer lugar, enhorabuena por su recién estrenado cargo. Recoge la cartera en un momento complicado para la economía, en general, y para la agricultura, en particular, ¿no le parece?

- Precisamente por ello, asumo la nueva cartera de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente con gran responsabilidad y compromiso y con el claro objetivo de luchar por la superación de la crisis económica y por la creación de empleo. El contexto de diversidad de espacios y actividades que caracteriza a Andalucía es la mejor oportunidad para la recuperación económica, para lo que va a ser clave aprovechar la transversalidad de las políticas agrarias, ambientales o territoriales. Desde esta integración vamos a trabajar para impulsar una nueva fase en la modernización de los sectores agroalimentario y pesquero que contribuya a hacerlos aún más competitivos; a diversificar las actividades en los territorios rurales, apoyando sinergias e iniciativas de cooperación rural y urbana; así como a poner en valor la riqueza de nuestros espacios naturales, conciliando la dimensión ambiental de la sostenibilidad con su dimensión social y económica y abordando con rigor y eficiencia la ordenación del territorio. No hay que olvidar que estamos en un momento crucial para sectores como son la agricultura y la pesca, con un debate en Bruselas que va a marcar mucho el futuro de ambos y en el que la Junta, en cooperación con el Gobierno central, va a defender en todo momento los intereses de nuestros agricultores y pescadores.

- Aún así, ¿cree que la agricultura, en el caso de Almería y Andalucía, debe ser el motor que impulse la recuperación?

- Es una realidad que este sector cuenta con un gran potencial y que, pese a las dificultades económicas, mantiene una base de empleo y valor añadido que no experi-



mentan otros sectores. En la economía andaluza, el sector agroalimentario, con el 8% del PIB, juega un papel fundamental. Además, la actividad agraria es la principal fuente de empleo de más de la mitad de los municipios andaluces, representando en torno al 10% del empleo de Andalucía. Nuestras exportaciones siguen subiendo y eso también es una prueba de que contamos con unos productos competitivos en los mercados. A las cifras me remito: Almería va camino de batir un nuevo récord de exportación en esta campaña 2011-2012, con más de 1'6 millones de toneladas de septiembre a febrero, lo que supone un 15'8% más que en el mismo período de la campaña anterior, a pesar del impacto de la alerta sanitaria por E.coli. Pese a estos datos positivos, no hay que obviar que Andalucía es la comunidad autónoma con el sector primario más grande, pero, sin embargo, no es la que tiene la mayor agroindustria, lo que significa que

la materia prima que producimos aquí no se transforma en su totalidad en nuestra región y ello provoca que dejemos de generar valor añadido suplementario. En este sentido, hay que seguir trabajando, con una agroindustria más competitiva y sostenible, para que pueda responder con éxito a las nuevas demandas de los consumidores y reforzar su presencia en los mercados.

- Los agricultores, pese a la mejora en la calidad de sus productos, se enfrentan a una continua pérdida de rentabilidad de sus explotaciones; así lo corroboran los datos no sólo del propio sector, sino también del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. ¿En qué líneas cree que debe trabajar el sector para recuperar esa renta perdida y en cuáles de ellas podrá contar con el apoyo de la Administración autonómica?

- El Gobierno andaluz siempre va a apoyar al sector y va a trabajar

para que se pueda garantizar su viabilidad ahora y en el futuro. La mejora de la rentabilidad pasa inevitablemente por tener menos costes y más ingresos. Los agricultores son empresarios que deben lograr la rentabilidad de sus explotaciones. Para ello es necesario llevar a cabo un uso eficiente de los recursos y acompañarlo con estructuras de comercialización más fuertes y proactivas, que concentren la oferta y ofrezcan productos y servicios diferenciados y competitivos. Por otro lado, estamos trabajando para que la futura Política Agrícola Común (PAC) contemple unas excepciones a las normas de competencia que permitan una serie de mecanismos que redunden en esos beneficios, así como aportar una mayor estabilidad a los precios.

- Y hablando de los problemas del sector, la concentración de la oferta ha sido un fracaso. ¿Cuáles han sido, para usted, los fallos cometidos para que la dis-

persión en origen siga siendo uno de los males endémicos del sector?

- En Andalucía ha habido proyectos de integración y fusión bastante interesantes, aunque es necesario seguir avanzando en este sentido, ya que la posición en los mercados se fortalece si el sector se presenta unido y vertebrado en torno a intereses comunes. Tenemos un sector competitivo, pero sigue habiendo una gran dispersión de la oferta y esto debilita la posición del productor en sus negociaciones con mayoristas y distribuidores. Soy partidario de explorar todas las vías para lograr esta concentración, es decir, no sólo las de la integración y fusión. También la creación de estructuras de comercialización conjuntas, de las cuales tenemos buenos ejemplos en Andalucía, puede ser una forma ágil y eficiente de concentrar la oferta del sector productor y conseguir estructuras comerciales más sólidas que nos permitan ganar en dimensión y fortaleza empresarial.

- ¿Desde Agricultura trabajarán para lograr esa mayor concentración? ¿Cómo?

- El protagonismo le corresponde a los agricultores y a sus organizaciones. Dicho esto, es evidente que a la Consejería le corresponde una función de impulso y acompañamiento en ese proceso modernizador, creando las infraestructuras necesarias y apoyando las iniciativas que surjan del propio sector en pro de una vertebración más eficiente entre sus distintas ramas, producción, comercialización y transformación. Por ello, se hace imprescindible apoyar iniciativas dirigidas a la concentración de la oferta e impulsar la creación de estructuras interprofesionales potentes y dinámicas, de modo que nuestro sector agroalimentario pueda tener voz propia en los mercados. Desde esta Consejería respaldaremos toda iniciativa dirigida a aumentar la dimensión de nuestras empresas, principalmente en el ámbito del cooperativismo.

- Por otro lado, recientemente, la Federación ECOHAL-Andalucía se integró en HORTY-FRUTA, quedando así representada toda la comercialización. ¿Qué valoración le merece esta nueva incorporación?

ENTREVISTA EN EXCLUSIVA

- Se trata, sin duda, de una buena noticia, ya que uniendo esfuerzos ganamos todos. La integración de ECOHAL en HORTYFRUTA supone un paso importante para el sector, pues 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, en unos tiempos de dificultades como en los que nos encontramos, así como con vistas a la reforma de la Política Agrícola Común. La Interprofesional contribuirá a mejorar la imagen del sector, incrementar las relaciones profesionales y el grado de confianza entre todos los agentes, y todo ello facilitará que se alcancen acuerdos comerciales.

- Desde la Interprofesional han lamentado siempre la falta de herramientas para gestionar, por ejemplo, crisis de precios en origen. ¿Trabajarán desde su Consejería para que HORTYFRUTA tenga ahora más margen de maniobra?

- Las negociaciones sobre la PAC presentan ahora un buen momento para trabajar en este sentido y solicitar una posición más fuerte para el sector productor, que debe tener más peso a la hora de decidir sobre mecanismos de regula-



■ El consejero en una visita reciente a El Ejido. / FHALMERÍA

ción del mercado. Así, podrá incidir directamente en la reducción de la gran diferencia que actualmente existe entre el precio que reciben los agricultores y el coste que los alimentos suponen para el consumidor. Como ya hemos comentado, las negociaciones de la PAC son también el escenario adecuado para dotar a las Interprofesionales de una mayor capacidad de actuación que permita al sector productor hacer oír su voz con más fuerza ante a la gran distribución y, así, defender a los agricultores

de forma más eficaz. Las Organizaciones de Productores e Interprofesionales son la vía para trasladar a los gobiernos, tanto autonómico como nacional y europeo, las necesidades de quienes trabajan a diario en el campo andaluz y que son, en definitiva, quienes deben marcar las líneas de trabajo a seguir para que nuestra agricultura siga siendo una actividad con futuro.

-Desde HORTYFRUTA insisten en que la distribución también debería estar representada en la

Interprofesional. ¿Usted también lo cree así?

- El hecho de que la distribución estuviera representada en la Interprofesional supondría un acierto, ya que contaría con todos los eslabones de la cadena agroalimentaria y se convertiría en un foro de discusión de gran relevancia para asuntos de interés como, por ejemplo, los precios en origen. Contar con representantes de todos los agentes implicados en la producción y venta de los alimentos en un mismo organismo facilitaría la resolución de posibles situaciones conflictivas de forma más rápida y amable que enfrentándose en los mercados.

- ¿Realmente es posible que producción y comercialización negocien en igualdad de condiciones con la gran distribución?

-Estoy convencido de que es posible y deseable. Creo que es el camino que el sector debe seguir en el futuro. En cuanto a la forma de lograrlo, apuesto por el diálogo para convencer a los distribuidores de las ventajas que ofrece una cadena de comercialización más equilibrada y la necesidad de que el reparto de los beneficios también sea más equitativo, ya que así se garantizaría a los productores unos precios justos que posibilitarían cubrir los costes de su actividad y,

por tanto, darían estabilidad al sector. Una estabilidad que generaría tranquilidad tanto a un lado de la cadena como al otro, pues el consumidor recibiría un producto de calidad a un precio justo sabiendo que todas las personas que han intervenido en el proceso reciben la retribución que les corresponde.

“Almería va camino de batir un nuevo récord de exportación”

“Trabajamos para que la PAC recoja excepciones en competencia”

“Hay que crear estructuras interprofesionales potentes”

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 • Tlfno: 950 326 232

Logos: International food standards, IFS, ISO 9001, ISO 22000, HACCP.

CONCENTRACIÓN

El gigante Agrupaejido pierde fuelle en el sector al vender Cehorpa a Costa de Almería

EL SECTOR CONTINÚA UNIFICANDO SU OFERTA EN ORIGEN Y YA SE ESTÁN OBTENIENDO LOS PRIMEROS RESULTADOS POSITIVOS DE 2012

I. Fernández / R. Villegas

La concentración de la oferta en origen sigue siendo, hoy por hoy, el gran reto de la agricultura almeriense y lo es mucho más, si cabe, desde que la ya exconsejera de Agricultura y Pesca, Clara Aguilera, afirmara hace unos meses en la provincia que ésta ha sido un “fracaso”, a pesar de los esfuerzos realizados por la Administración. En este contexto, sin embargo, en el gran puzzle que es el sector hortofrutícola almeriense siguen atisbándose grandes pasos. Los últimos movimientos corren a cargo de dos de las mayores subastas de la provincia, como son Hortofrutícola Costa de Almería y Alhóndiga La Unión; pero no sólo ellas, también las cooperativas, en este caso Vicasol, mueven ficha. El primer resultado positivo ha llegado de mano de Agrupaejido y Costa de Almería, al hacerse ésta última con el control de una de las filiales de la comercializadora ejidense, como es, en este caso, Cehorpa.

El acuerdo entre Agrupaejido y Costa de Almería, confirmado sólo en el momento del acuerdo, se ha cerrado tras tres meses de negociación. Así, según han informado, la compañía presidida por Cecilio Guillén, Agrupaejido, “completa una desinversión, prevista en su plan estratégico, que le permitirá centrar toda su atención en nuevos y ambiciosos proyectos, siempre relacionados con el sector hortofrutícola”. Por otra parte, para Costa de Almería esta operación le permitirá penetrar con mayor facilidad en una nueva área de influencia del Poniente almeriense.

Por otra parte, según fuentes consultadas por FHALMERÍA, la cooperativa vicaria estaría interesada en fusionarse con Ejidomar. De momento, desde la empresa ejidense, su presidente, José Antonio Baños, no niega la existencia de algún contacto, sin embargo, afirma con rotundidad que “queda mucho por madurar” y, de momento, “no hay nada concreto”. En



Interior de la alhóndiga de Agrupaejido. / FHALMERÍA

cualquier caso, y según la información a la que ha tenido acceso este periódico, el presidente de Vicasol, Juan Antonio González, ya se ha reunido con su Junta Directiva y le ha explicado el acercamiento existente entre ambas entidades. Se confirma, además, que las negociaciones están avanzadas, si bien es cierto que aún no habrán llegado a estudiar detenidamente el tema económico, algo lógicamente clave para que Vicasol acabe fusionándose, con el permiso de la interesada, a Ejidomar. Vicasol ya tiene experiencia en acuerdos con otras empresas, cabe recordar, sin ir más lejos, que ya vivió un proceso de fusión, concretamente con la empresa Almerisol, en el año 2003.

En el caso de que, finalmente, Ejidomar y Vicasol lleguen a un acuerdo, vendría muy bien para las decenas de agricultores que aun teniendo sus fincas, por ejemplo, en el paraje ejidense de Tierras de Almería llevan sus productos a la comercializadora vicaria. Esta última recibe género procedente de,

aproximadamente, unas mil hectáreas, cifra que dobla a la que registra Ejidomar.

El siguiente movimiento importante en el sector vendría de la mano de Alhóndiga La Unión. Y es que, esta comercializadora también estaría interesada en hacerse con una

parte del gran pastel que es Agrupaejido y, de hecho, estaría negociando la adquisición de la subasta del mismo nombre. Desde Agrupaejido, en cualquier caso, ni confirman ni desmienten; simplemente “ni se ha dicho nada, ni se va a decir nada”, entre otras cosas, ex-

plicaron, “porque no hay nada”. Estas declaraciones no fueron más que un intento de desviar la atención por parte de la empresa ejidense que, días después, sí confirmó la venta de Cehorpa a Costa de Almería.

Estos últimos movimientos ven-

OPCIONES

Los chiringuitos y otras alternativas de comercialización persisten en el campo

R. V. A.

La atomización de la oferta es un problema endémico del sector hortofrutícola almeriense. Prueba de ello es que, pese a los esfuerzos de la Junta de Andalucía por fomentar la concentración de las comercializadoras, actualmente hay más SATs y cooperativas que hace 10 años. La proliferación de los denominados ‘chi-

ringuitos’, lejos de decrecer sigue avanzando en paralelo a los movimientos de fusión de otras comercializadoras.

Por otra parte, además, también es creciente el número de agricultores que, cansados de no percibir un precio digno por sus producciones, deciden agruparse y, con la ayuda de un comercial, intentan vender por su cuenta sus productos. Otra posibilidad exis-

tente y que también se lleva a cabo, aunque entraña riesgos, entre ellos el del impago, es el de, especialmente en primavera con el melón y la sandía, llamar a varios ‘compradores’ de frutas y hortalizas para que vayan a la finca del productor y le propongan un precio. Y es que, hay cooperativas que permiten que el melón de sus agricultores se pase y tengan que tirar la mitad, algo totalmente denunciado.

CONCENTRACIÓN



■ Línea del pimiento de Agroiris. / FHALMERÍA

drían a profundizar aún más en esa concentración en origen que persigue el sector y que, de momento, no ha dado resultados satisfactorios para casi nadie y mucho menos para los agricultores. Y es que, los productores de la provincia siguen siendo espectadores de la decadencia del sector; un sector que cada día asume más riesgos, muchos de ellos muy costosos y que, sin embargo, no recibe la contraprestación económica que cabría esperar.

Estas posibles fusiones o trabajo conjunto en forma de acuerdos comerciales -aún no se han concretado las distintas fórmulas- vendrían a sumarse a la considerada por la Administración la primera

gran experiencia de concentración de la oferta en origen en Almería: el nacimiento de Unica Group, fruto, en su día, de la unión de Casur, Ferva, Cohorsán, Ejidomar (que abandonaría poco después) y Cabasc. Más tarde, se uniría Agrieco. En 2009, año de su constitución, fue todo un revuelo; nació con todo el apoyo de la Administración andaluza y, con éste, dio sus primeros pasos, si bien es cierto que desde la empresa han lamentado en varias ocasiones que este soporte no se haya mantenido en el tiempo. Pero la de Unica Group no ha sido la única experiencia en este sentido en los últimos años.

El pasado 2009 también trajo consigo el crecimiento de Murgiverde, tras la absorción de Geosur y Campovícar. En esta cooperativa ejidense no eran, ni mucho menos, ajenos a lo que supone un movimiento de este tipo; de hecho, varios años antes, la cooperativa de segundo grado nació fruto de la unión de dos comercializadoras del municipio, como era el caso de Ejido Verde y Agro Murgi. Con la incorporación, hace ya tres años, de Geosur y Campovícar, Murgiverde ha logrado sumar un volumen de producto comercializado superior a los 140 millones de kilos.

Dos tercios de la producción para diez empresas

Según el informe 'Radiografía de las empresas del sector hortofrutícola de Almería: estudio sobre la evolución de 2006 a 2012', de la Delegación de Agricultura, en la provincia existen 141 entidades comercializadoras. De ellas, sólo diez alcanzan tales dimensiones que controlan casi el 68% de toda la producción hortofrutícola. Estas empresas venden, sin ir más lejos, tres de cada cuatro pepinos almerienses.



■ El pepino es la hortaliza más concentrada en origen. / FHALMERÍA



■ Acto de presentación de Unica Group. / FHALMERÍA

Mención aparte merece Agroiris. La SAT ejidense lleva años trabajando de forma conjunta con Mayba y Ejidoluz. Este trabajo conjunto le ha permitido a la co-

mercializadora controlar más de 200 millones de kilos, convirtiéndose, de hecho, en la mayor empresa de pimiento de la provincia.

LOS NÚMEROS

Sin embargo, y pese a los esfuerzos realizados por el sector, éstos siguen siendo insuficientes y, desde luego, no están dando los frutos que cabría esperar, sobre todo para los agricultores. Tanto es así que, la exconsejera Clara Aguilera reconocía en una de sus últimas visitas a la provincia que, en Almería, en la actualidad, "hay 300 operadores", algo que, a su juicio, "es una exageración". Aguilera recordaba entonces cómo fue su antecesor en el cargo, Paulino Plata,

quien emprendía la senda de la concentración de la oferta allá por el año 2000. Doce años después, y a pesar del apoyo administrativo, todas las iniciativas puestas en marcha para este fin han sido "un fracaso". Tanto que, incluso, Aguilera llegó a plantearse "no dar ayudas a las empresas comercializadoras que surjan de escisiones de otras entidades en funcionamiento", así como "limitar la creación de nuevas organizaciones de productores y potenciar las actuales con más ayudas, a la vez que mantener las subvenciones para aquellos proyectos de unión".

Lo cierto es que la crisis económica está propiciando que las comercializadoras intenten llegar a entendimientos para subsistir.



■ Melones a falta de una semana para su recolección.

Comarcas

LOGROS

La Guardia Civil detiene a los autores de cinco robos en fincas del Poniente

LAS DETENCIONES SE LLEVARON A CABO ENTRE LOS DÍAS 29 Y 30 DE JUNIO EN EL TÉRMINO MUNICIPAL DE EL EJIDO, EN PLENA FERIA

■ Rafa Villegas

La Guardia Civil del Puesto Principal de El Ejido ha vuelto a demostrar su eficacia, en esta ocasión con la detención de cinco personas acusadas de efectuar diversos robos en instalaciones agrícolas del Poniente almeriense. Las detenciones se llevaron a cabo entre los días 29 y 30 de junio en el término municipal de El Ejido, en coincidencia con las fiestas patronales en honor a San Isidro Labrador de esta ciudad.

Las detenciones son consecuencia de los servicios realizados por la Guardia Civil en el marco del 'Plan Contra las Sustracciones de Explotaciones Agrícolas y Ganaderas' y resultado de la investigación realizada por los agentes en torno a una serie de hechos ocurridos en la comarca del Poniente e iniciadas por los agentes del Puesto Principal ejidense durante el pasado mes de abril. Como resultado de sus pesquisas, la Guardia Civil detectó



■ Los robos son habituales en el campo almeriense. / FHALMERÍA

en el Paraje de San Silvestre, en el término municipal de El Ejido, una furgoneta en la que tres personas estaban cargando diverso material y enseres con la intención de viajar a Marruecos. Los agentes sospecharon que entre la carga pudieran transportar objetos robados e inspeccionó el material, entre el que, efectivamen-

te, sí se encontraba diferente material sustraído.

A partir de ahí, la Guardia Civil establece una serie de discretos dispositivos de vigilancia, utilizando técnicas operativas adecuadas, en torno a una vivienda ubicada dentro del término municipal de El Ejido, localizando a una persona que manipula va-

rios objetos que oculta entre unos matorrales.

Rápidamente, los agentes identifican a R. K., de 27 años, vecino de El Ejido, comprobando los investigadores que los objetos que oculta proceden de un robo cometido el pasado día 27 de junio, procediendo en ese momento a su detención.

Durante la inspección de los alrededores, realizada por la Guardia Civil, los agentes localizan junto a la vivienda un zulo, en el que se encuentran abundante material, procedente de otros dos robos, utilizado en las labores habituales de los invernaderos de la comarca.

Las pesquisas de los agentes de la Guardia Civil permiten, además, determinar la implicación en los hechos del morador de la vivienda, identificado como J. E., de 28 años de edad, persona que cuenta con antecedentes por delitos relacionados contra el patrimonio, procediendo también, como no podía ser de otra manera, a su detención. Las diligencias instruidas por los agentes, junto con los detenidos y los efectos recuperados, han sido puestas a disposición del Juzgado de Instrucción número 1 de El Ejido.

FUENTE DE EMPLEO

El Ejido suma 122 autónomos, la mayoría en agricultura

■ I. Fernández

El Ejido ganó 122 nuevos autónomos en el último año, la mayoría ligados a la agricultura. Así lo ponen de manifiesto los últimos datos de la Unión de Asociaciones de Trabajadores Autónomos y Emprendedores de Andalucía (UATAE-Andalucía), elaborados a partir de las cifras publicadas por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

Según UATAE-Andalucía, el incremento del número de autónomos en el municipio ejidense viene ligado a la actividad agraria, que, una vez más, se ha convertido en refugio para los desempleados procedentes de otros sectores. Asimismo, llama la atención sobre la importancia de esta actividad para la provincia. Caso bien distinto es el de la capital, donde el número de autónomos cayó durante el último año en 264 personas.

Durante los primeros meses del año, UATAE-Andalucía ha apreciado "un repunte en la afiliación al Régimen Especial de Trabajadores Autónomos en la provincia", un repunte que cifran en 54 nuevos autónomos, entre abril y mayo, en toda Almería.

ROQUETAS DE MAR

Manzano: "Almería tiene que contar con un plan propio de ayudas"

■ R. V. A.

El concejal de Agricultura de Roquetas de Mar, Nicolás Manzano, tiene claro que "es una pena que por demasiados requisitos y exceso de burocracia se estén devolviendo fondos a la Unión Europea" y considera que "visto que nuestra zona es diferente, sin más remedio debería tener un tratamiento diferenciado". La devolución de fondos impli-

ca, a su juicio, "que las altas instancias piensen que los fondos europeos no los necesitamos porque somos ricos", lo que, según indica, "genera una mala imagen que no se corresponde con la realidad, ya que, en realidad, tenemos la rentabilidad al límite". Para el concejal de Agricultura de Roquetas de Mar, "el campo está muy tocado".

Manzano también ve "complejo" el tema de los seguros

agrícolas. En este sentido, considera que "están poco adaptados a la realidad de nuestro campo, y eso que, en muchos casos, desde la Administración autonómica, se hacen planes y proyectos que puede que en otras zonas y con otros cultivos se adapten más, pero que en la nuestra no están bien enfocados para que nuestros agricultores puedan beneficiarse de esas ayudas".



■ Nicolás Manzano, concejal de Agricultura de Roquetas. / FHALMERÍA

SENSIBILIDAD

EN EXPANSIÓN

El Gobierno compensa la subida del IVA aumentando el compensatorio

TANTO COAG COMO ASAJA SE ATRIBUYEN EL MÉRITO DE HABER CONSEGUIDO QUE EL MINISTERIO DE AGRICULTURA PRESIONARA PARA LOGRARLO

Rafa Villegas

El anuncio, por parte del presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, del aumento del IVA cayó como un jarro de agua fría en un sector, como es el agrícola y ganadero, que presentan serios problemas de rentabilidad desde hace ya varios años. Sin embargo, gracias a la presión que ejerció el ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA), Miguel Arias Cañete, al de Hacienda y Administraciones Públicas, Cristóbal Montoro, el efecto de la subida no lo van a notar los agricultores y ganaderos españoles. Y es que, como ya está confirmado, el Ejecutivo ha aprobado adecuar el IVA compensatorio al incremento anunciado a partir del día 1 de septiembre.

Tanto COAG como ASAJA han acogido con satisfacción la compensación y ambas consideran que han sido esenciales para que se produzca. Lo que está claro es que, con esta modificación, el IVA compensatorio para los agricultores pasa del 10 por ciento al 12, mientras que el de los ganaderos sube del 8,5 al 10,5 por ciento, por lo que, como ha



El ministro de Agricultura, Arias Cañete, se ha reunido varias veces con las organizaciones agrarias.

explicado el secretario provincial de COAG-Almería, Andrés Góngora, "se garantiza que el impuesto siga siendo neutro y no gravoso para los profesionales agrarios".

ASAJA, por su parte, felicita directamente al ministro Arias Cañete y al subsecretario del mismo Departamento, Jaime Haddad, "por haber escuchado de nuevo las peticiones de esta organización". ASAJA recuerda

que "nuestro presidente, Pedro Barato, solicitó ya el 14 de julio, con carácter de urgencia, tanto al ministro como al subsecretario la compensación".

UN PERO

Sin embargo, COAG lamenta que se haya perdido la oportunidad para equiparar el IVA compensatorio de ganaderos y agricultores, puesto que, como han

asegurado, "el consumo de piensos supone la mitad del gasto total en insumos agrarios".

En este sentido, COAG reclama al Ministerio de Agricultura mayor celeridad y agilidad en el proceso de elaboración de la Ley de mejora de la cadena agroalimentaria, básica para que agricultores y ganaderos puedan negociar precios en condiciones de igualdad con el resto de eslabones de la cadena.

La exportación de aceite crece un 45% hasta el mes de abril

E. S. G.

Entre los meses de enero y abril pasados, las almazaras de la provincia de Almería han visto incrementada su exportación de aceite en un 45,4 por ciento, ya que han realizado más de treinta operaciones comerciales, en las que se han enviado 154.000 kilos de aceite de oliva. Según datos elaborados por la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, a partir del último informe del Instituto de Comercio Exterior (ICEX), el valor de estas ventas ha ascendido a 297.000 euros, frente a los 253.250 euros del año pasado.

Asimismo, los datos de la Administración confirman que Italia se consolida como el principal destino de las ventas de aceite de oliva de las almazaras de Almería, ya que estas entidades enviaron hasta el país mediterráneo producto valorado en 183.500 euros, lo que supone el 61,8 por ciento del total de aceite exportado en este periodo por la provincia almeriense.

Sin embargo, en los cuatro primeros meses del año se ha registrado un incremento notable de las ventas en Suiza, Japón y Jamaica, países que han adquirido casi el 35 por ciento de dichas exportaciones. El aceite de Almería se hace, así, más internacional.

Agencia de Turismo
Verano 2012

SAN JOSE
Festival Flamenco
"Noches de Luna y Flamenco"
Día 8 y 9 a las 22:00 h.
Parque de La Molina

SAN JOSE
Festival de solidaridad "Entrepitas"
Del 10 al 29 . Parque de La Molina

ISLETA DEL MORO
Velá flamenca en homenaje
a El Capi.
Martes 14. 22:00 h.
Plaza de la Isleta del Moro.

Agosto

Ciclo de Músicas del Mundo
de la Obra social La Caixa
"Diversons, música para la
integración" en:

- AGUAMARGA
Gafieira Miúda. Samba brasileña
Jueves 16
22:00 h. Plaza de Aguamarga

LAS NEGRAS
Gafieira Miúda. Samba brasileña
Viernes 17
22:00 h Plaza Abierta al mar

www.níjar.es / 950 360 00 12



Ayuntamiento de Níjar

Septiembre

VILLA DE JIJÓN Plaza de la Isleta
VI Semana cultural "Vivo Septiembre en la Villa de Níjar"

Miércoles 12
21:00 h. Espectáculo de magia para toda la familia.

Jueves 13
22:00 h. Velá flamenca.

Viernes 14
21:00 h. Concierto de la Banda de la Asociación Cultural Níjar

Sábado 15
21:00 h. Espectáculo de bailes regionales del grupo de baile
de las Refajonas de Níjar

EXPORTACIONES

Las ventas de cítricos en el exterior aumentan un 67% en entre enero y abril de este año

■ E. Sánchez

Las empresas de la provincia almeriense han enviado al extranjero 20,5 millones de kilos de productos cítricos entre enero y abril de 2012, un volumen que supone un 67,3 por ciento más que en el mismo período del año anterior. En total, 443 operaciones comerciales realizadas por los exportadores de la provincia que han supuesto una facturación de 12,57 millones de euros, es decir, un 54 por ciento más que en el primer cuatrimestre del año 2011. Según los datos facilitados por la Delegación de Agricultura y Pesca a partir del último informe del ICEX, la mayor parte de los cítricos comercializados desde Almería son naranjas. Y es que, hasta abril, el valor de las exportaciones de estos cítricos asciende a algo más de 7 millones de euros, casi un 49 por ciento más que el año anterior. En lo que respecta a sus principales mercados de destino, Alemania es el más destacado, seguido de Italia, Francia, Arabia Saudí y Reino Unido.

Gracias a estos datos, Almería es la octava provincia española por el valor de las exportaciones de naranjas, con un 1,4 por ciento de cuota nacional.

Tras la naranja, el cítrico más vendido es la mandarina, ya que sus exportaciones se aproximan

a los 3,3 millones de euros, con un 73 por ciento más que en el período de enero y abril de 2011. Además, según la Delegación de Agricultura y Pesca, las mandarinas tienen los mismos destinos que las naranjas, pero también se envían algunas partidas a Moldavia.

LIMÓN

En lo que respecta a la comercialización de limón, los datos establecen que se ha exportado producto valorado en más de 1,9 millones de euros, es decir, un 74 por ciento más que el año pasado. Sin duda son datos que dan mayor optimismo a sus agricultores, sobre todo en esta época de crisis económica. Aunque las tres cuartas partes de este producto se comercializan en Italia, Alemania y Bélgica, también se ha enviado un 7,5 por ciento a Canadá y un 5 por ciento a Polonia.

Pero además de todo esto, Almería también exporta jugo de naranja. Entre enero y abril se comercializó producto valorado en 87.000 euros. El principal cliente es Japón, seguido de Francia y Portugal. Asimismo, las empresas almerienses envían uva a los mercados exteriores. La facturación en el mismo período ha sido de 51.000 euros, un 193 por ciento más que entre enero y abril de 2011.

JOSÉ ROMERA, CONCEJAL DE AGRICULTURA DE VÍCAR

“El IBI rústico de Vícar es del 0,6%, el más bajo”

EL EDIL VICARIO ASEGURA QUE SIEMPRE LUCHAN POR CONSEGUIR EL MAYOR NÚMERO DE SUBVENCIONES PARA EL SECTOR AGRARIO

■ Rafa Villegas

Con entre el 70 y el 80 por ciento de su población viviendo directa o indirectamente del sector agrario, la Concejalía de Agricultura y Medio Ambiente del Ayuntamiento de Vícar tiene más peso que en la mayoría de municipios del territorio nacional. Al frente se encuentra, desde hace cinco años, José Romera, quien ha explicado sus tareas principales. El edil se ha mostrado muy orgulloso de que “el IBI rústico de Vícar sea el más bajo de toda la comarca del Poniente almeriense, concretamente sólo del 0,6 por ciento”.

Romera ha destacado que Vícar cuenta con “prácticamente el cien por cien de los caminos rurales asfaltados, con lo que nuestros agricultores los están disfrutando y sus productos llegan en perfecto estado a sus comercializadoras”.

En cuanto a las ayudas, Romera ha asegurado que tanto él como el alcalde, Antonio Bonilla, “hemos luchado mucho por conseguir el mayor número, moviéndonos todo lo necesario”.

Respecto a la limpieza de las ramblas del municipio, si bien es



■ José Romera, concejal de Agricultura de Vícar. / FHALMERÍA

competencia de la Agencia Andaluza del Agua, Romera ha asegurado que colaboran con ellos y “hacemos siempre llamamientos para que los agricultores no arrojen matas y otros desechos a los cauces, ya que pueden provocar, incluso, inundaciones”.

Pero para Romera, el caballo de batalla del campo almeriense es “el tema de los restos vegetales”. Y es que, a su juicio, “no se ha conseguido alcanzar una gestión óptima de estos residuos”. Considera que “la planta de El Ejido no funciona todo lo bien que debería, mientras que la de Albaida, en

La Mojonera, tiene unos precios excesivos. El agricultor no tiene inconveniente en llevar sus restos vegetales a estas plantas, pero no se puede permitir, de ninguna manera, ciertas tarifas”.

Romera también ha hablado de Expo Agro. Al respecto ha asegurado que, de cara a la próxima edición, “vamos a intentar que, además de las comercializadoras, también participen con nosotros, en el espacio expositor del Ayuntamiento de Vícar, semilleros o empresas productoras de fauna auxiliar, como es el caso, por ejemplo, de Koppert”.

ALTERNATIVA AL TRATAMIENTO DE RESTOS VEGETALES

El Ejido apuesta por el compostaje y la alimentación para el ganado

■ R. V. A.

El Consejo Municipal Agrario (CMA) debatió en su última sesión, que tuvo lugar en el Ayuntamiento de El Ejido el pasado 18 de julio, las tres posibles alternativas al tratamiento definitivo de los restos vegetales recogidas en el estudio elaborado y presentado por la Comisión Técnica para el Tratamiento de los Restos Vegetales (Comitra). Finalmente, tras un minucioso estudio y un largo debate, este órgano municipal se decanta por el

compostaje y la alimentación ganadera como las opciones más viables desde el punto de vista económico, medioambiental y social al tratamiento de los restos vegetales.

Al respecto, el concejal de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Ayuntamiento de El Ejido, Manuel Gómez Galera, ha asegurado que “los miembros del CMA han visto en el compostaje la opción más eficaz y rentable para el agricultor, al tiempo que han señalado la técnica del ensilado como la mejor opción para

la obtención de alimento para ganado con un alto contenido nutricional y a un precio muy razonable”. En cuanto a la tercera alternativa recogida en el estudio, la valorización energética, el edil ha explicado que “no existe suficiente experiencia contrastada para implantar de forma viable distintos tipos de obtención de energías”. Por todo esto, Gómez Galera ha hecho un balance positivo de la reunión, ya que, a su juicio, “nos hemos acercado a la solución definitiva de este problema”.



■ Consejo Municipal Agrario de El Ejido el 18 de julio. / FHALMERÍA

Especial Berenjena, pepino y calabacín



La elección de pepino medio-tardío berenjena y calabacín completan la siembra de la próxima campaña

Durante estos días los agricultores almerienses compran millones de semillas para completar la siembra de la próxima campaña agrícola 2012/2013. En esta elección

intervienen varios factores que harán de la cosecha un éxito o un fracaso. En los cultivos medios-tardíos influye la capacidad de la hortaliza para poder hacer frente a los

fríos extremos del invierno. Ésta y otras muchas cuestiones se analizan en este especial para que los agricultores puedan hacer su mejor elección.

RIJK ZWAAN

La gama 'blueleaf', una gran opción para llegar al invierno con fuerza P19 a 22

SEMILLAS FITÓ

'Caronte', su nueva apuesta en pepino holandés para las siembras medias P14

SYNGENTA

'Cronos', el calabacín líder por su gran producción en todo el ciclo P16

RIJK ZWAAN

Las berenjenas 'Leticia', 'Thelma' y 'Ángela', una apuesta sólida con calidad P23 a 25

A MÁS

Calabacín, berenjena y pepino sumaron 948.700 toneladas esta campaña

ENTRE ESTAS TRES HORTALIZAS OCUPARON 12.400 HECTÁREAS DE SUPERFICIE INVERNADA EN LA PROVINCIA EN EL EJERCICIO 2011-2012

■ Rafa Villegas

Si bien en la provincia de Almería los productos estrella, tanto por superficie cultivada como por producción, son el tomate, muy especialmente en el término municipal de Níjar y en La Cañada, así como el pimiento, sobre todo en la comarca del Poniente, de los invernaderos locales también salen diariamente cada campaña miles y miles de kilos de otras hortalizas. Es el caso, por ejemplo, del pepino, el calabacín y la berenjena.

La dificultad que han encontrado muchos agricultores para seguir con sus invernaderos, debido a la falta de rentabilidad, ha llevado a un número considerable de productores de tomate y pimiento a decantarse por probar suerte por otras hortalizas, como el pepino, el calabacín y la berenjena que, además, presentan menores costes de producción, especialmente el calabacín.

Otro factor que ha provocado que los incrementos de producción, sobre todo de calabacín y berenjena, sean más espectaculares ha sido, sin lugar a dudas, la climatología. Y es que, por ejemplo, en el último año la temperatura ha sido más elevada que la media habitual, lo que, sin duda, ha provocado un incremento considerable de los kilos producidos por las plantas de estas dos hortalizas.

PEPINO

Respecto a las cifras oficiales, desde la Delegación de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía en Almería han confirmado que en la campaña 2011-2012 la superficie que destinaron los agricultores al cultivo de pepino fue de 4.500 hectáreas, aproximadamente, lo que ha supuesto un descenso de esta variable del 0,37 por ciento con respecto al ejercicio agrícola 2010-2011, en el que se contabilizaron 50 hectáreas más. La evolución de la superficie cul-



■ Cultivo de pepino tipo Almería. / FHALMERÍA

tivada de pepino en los invernaderos de la provincia ha variado muy poco en las últimas campañas agrícolas. Así, desde la 2007-2008, que ascendió más de 500 hectáreas con respecto al ejercicio agrícola 2006-2007, esta variable ha oscilado siempre entre las 4.400 y las 4.500 hectáreas.

El cultivo de pepino de cara a la campaña 2012-2013 dio comienzo, aproximadamente, el pasado 20 de julio, con siembra directa, y se alargará hasta el 10 de octubre. Desde la Delegación de Agricultura y Pesca han confirmado que "se estima que se mantendrá más o menos la misma superficie que en la campaña 2011-2012, unas 4.500 hectáreas, quizás con una pequeña tendencia al alza".

Respecto a la producción, en la campaña 2011-2012 se ha producido un claro descenso con res-

pecto a la anterior, en concreto del 3,40 por ciento, al pasar de las 421.634 toneladas del ejercicio anterior a las 407.000 de la última, según estiman desde la Delegación.

Al estar relacionada la producción, además de a otros muchos factores, a la superficie, ésta tampoco ha oscilado mucho en las últimas campañas. Así, el mayor salto se produjo entre las campañas 2006-2007 y 2007-2008, cuando se pasó de una producción de pepino de 321.880 toneladas a 382.734. A partir de ahí se estabilizó la cifra, con 361.049 toneladas en la campaña 2008-2009 y 378.317 en la siguiente.

Con el nuevo acuerdo comercial entre la Unión Europea (UE) y Marruecos, se ha fijado un contingente de entrada de pepino alauita en el territorio comunitario de 15.000 toneladas. El período



■ Cultivo de berenjenas. / FHALMERÍA

CULTIVO DE CALABACÍN



■ Cultivo de calabacín. / FHALMERÍA

do de importación se ha fijado entre el 1 de noviembre y el 31 de mayo a un precio mínimo de 0,449 euros por kilogramo.

CALABACÍN

El calabacín ha sido una de las hortalizas que ha experimentado un mayor crecimiento en la provincia en los últimos años. Uno de los motivos fundamentales ha sido el recrudecimiento de la crisis económica en el campo. Y es que, esta hortaliza requiere una menor inversión que, por ejemplo, el pimiento, por lo que muchos productores se han visto directamente obligados a cambiar de cultivo para poder hacer frente a los gastos.

Así, desde la campaña 2006-2007 a la actualidad se ha producido un constante incremento de la superficie cultivada de calabacín. El máximo, por lo tanto, se ha alcanzado en la última campaña, en la que la Delegación estima que se cultivaron 5.700 hectáreas de esta hortaliza, lo que ha significado un incremento del 10 por ciento con respecto al ejercicio agrícola anterior, cuando la superficie contabilizada fue de 5.265 hectáreas.

El incremento de superficie ha sido tal que se ha pasado de las 4.200 hectáreas del año agrícola 2006-2007 a 4.492 en el 2007-2008, pasando a las 4.717 del su-

cesivo y a las 5.020 de la campaña 2009-2010.

Respecto a la producción de calabacín, el incremento entre la última campaña y la 2010-2011 ha sido espectacular. Concretamente, se ha pasado de 299.039 toneladas a 354.000. Al igual que ha ocurrido con la superficie, el aumento ha sido constante, desde el ejercicio 2006-2007 hasta la actualidad. En concreto, se pasó de las 4.200 toneladas de ese año a 4.492 el siguiente, 4.717 en el 2008-2009 y 5.020 en el sucesivo.

En cuanto a las previsiones de cara a la campaña 2012-2013, Desde la Junta han recordado que "la siembra directa en invernadero empezó el 20 de julio y continuará durante todo el año". Respecto a la superficie, la Delegación de Agricultura y Pesca en Almería estima que se produzca un nuevo incremento, concretamente del "diez por ciento".

En calabacín, el nuevo Acuerdo comercial entre Marruecos y la UE prevé un contingente de entrada máximo de 50.000 toneladas. Además, establece tres periodos con tres cotizaciones mínimas diferentes. Así, del 1 de octubre al 31 de enero puede entrar calabacín marroquí, respetando los contingentes de entrada, a 0,424 euros por kilo; entre el 1 de febrero y el 31 de marzo a 0,413 y del 1 de abril al 20 del mismo

mes lo podrá hacer, de nuevo, a 0,424 euros por kilo.

BERENJENA

Otro producto que no ha dejado de crecer, tanto en superficie como en producción, en los últimos años en la provincia de Almería ha sido, sin lugar a dudas, la berenjena. Según los datos de la Delegación, en la última campaña hortofrutícola se produjo un importante incremento de la superficie cultivada de esta hortaliza, al pasar de las 1.924 hectáreas del ejercicio agrícola precedente a 2.200 en el último. Ello supone un aumento del 14 por ciento.

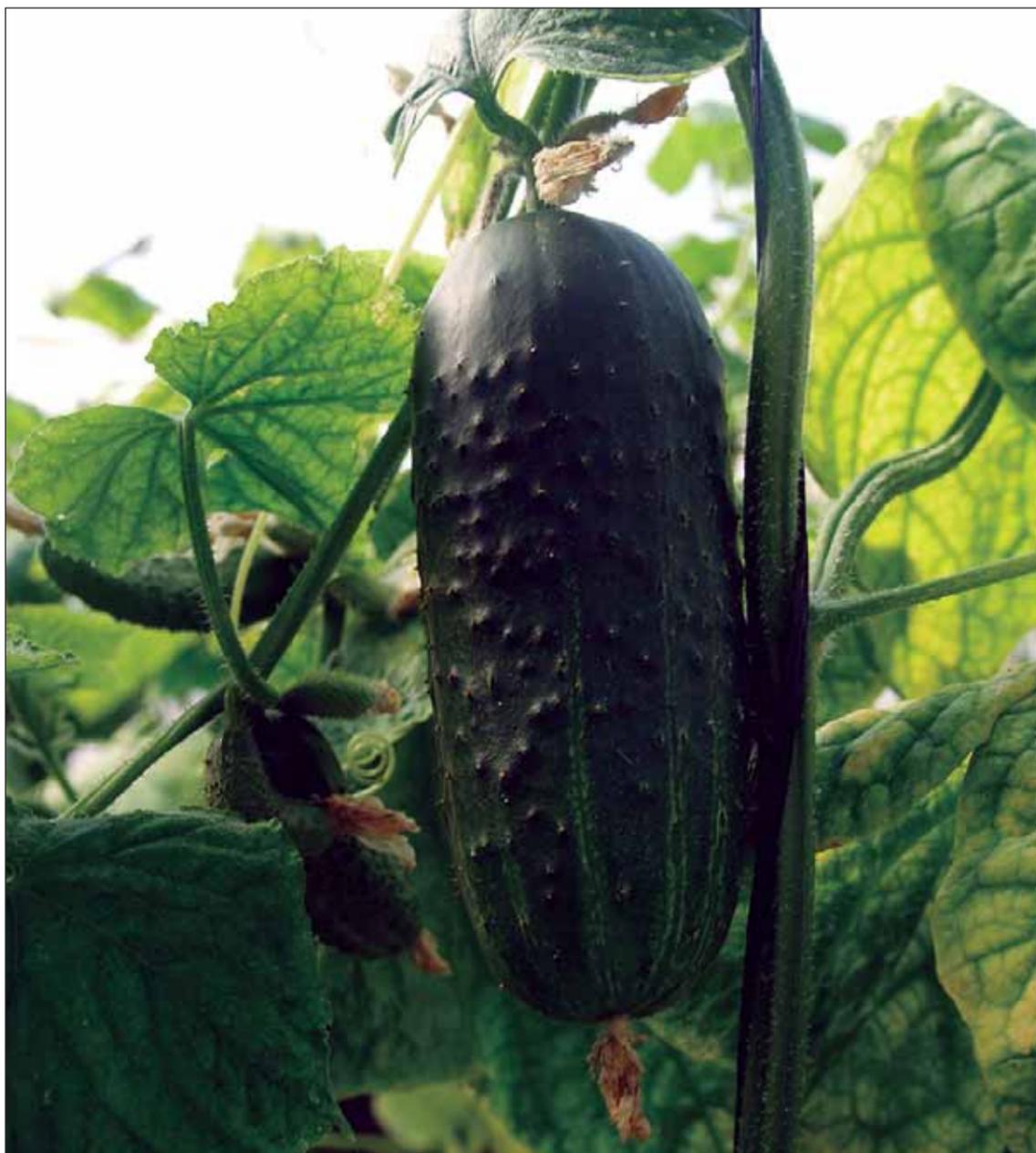
No obstante, la berenjena también ha experimentado importantes crecimientos en superficie en los últimos años. No ha logrado un incremento de más de mil hectáreas en seis campañas como ha ocurrido con la cucurbitácea pero sí ha sumado entre la campaña 2006-2007 y la actual un total de 705, al pasar de 1.495 hectáreas ese año a las 2.200 actuales. Desde la primera que se está tomando en consideración, sólo se produjo un mínimo descenso de superficie entre las campañas 2008-2009 y 2009-2010, cuando se pasó

de 1.868 a 1.824 hectáreas cultivadas de berenjenas.

Respecto a la producción, el incremento ha sido todavía más importante. Así, en tan solo una campaña, de la 2010-2011 a la 2011-2012 se ha producido un incremento del 22,50 por ciento, pasando de 153.148 toneladas a 187.700. En cuanto a las campañas anteriores, según las cifras oficiales de la Delegación, en el ejercicio agrícola 2006-2007 se produjeron 103.050 toneladas, en la siguiente 126.904, en la 2008-2009 137.545 y en la 2009-2010 un total de 139.676 toneladas.

Desde la Delegación han explicado cómo hay berenjena en semilleros "desde principios de julio a mediados del mes de agosto". Además, han asegurado que "parece que este cultivo se ha estabilizado en cuanto a demanda". Del mismo modo, han apuntado que es posible que se produzca "una bajada de en torno al 5 por ciento de superficie de este cultivo".

Este producto ya estaba liberalizado con el anterior Acuerdo UE-Marruecos. De todos modos, su proporción volumen-peso lo hace poco rentable para el transporte de berenjenas marroquíes.



■ Cultivo de pepino tipo español. / FHALMERÍA

CALIDAD EXCEPCIONAL

Caronte, la nueva apuesta de Semillas Fitó en pepino holandés para las siembras medias

ESTA VARIEDAD PRESENTA UNA PLANTA VIGOROSA, CON CUAJE EN TODA LA CAÑA Y QUE REBROTA CON FACILIDAD. FRUTO OSCURO Y ACANALADO

CIA

Gracias a la fuerte apuesta en I+D+i que está realizando Semillas Fitó para renovar de forma continua su catálogo comercial en busca de variedades líderes, esta campaña llega al segmento del pepino holandés la nueva variedad Caronte, especialmente desarrollada para conseguir altas producciones en siembras medias. Caronte responde perfectamente a las exigencias de productores, comercializadores y consumidores, ofreciendo una calidad excepcional, una alta producción en invierno y una excelente postcosecha.

Caronte es un pepino holandés recomendado para siembras que vayan del 10 de septiembre al 10 de octubre (siempre dependiendo de la zona), que presenta una planta vigorosa, con cuaje en toda la caña y que rebrota con facilidad, además de presentar muy buena resistencia a enfermedades y virus (IR: CVYV y CYSDV). El fruto es de color oscuro, recto, acanalado y con una muy buena conservación.

SIEMBRA MEDIA Y TARDÍA

Para esta campaña y según las diferentes zonas de producción, también destacan para siembras medias y tardías de pepino holandés las variedades Estrada y Carranza, que ya fueron muy demandadas la pasada campaña. Estrada es una variedad con un aspecto excelente en cuanto a forma y color y muy buena conser-

vacación postcosecha, que además se adapta a distintos ciclos de trasplante (desde julio hasta octubre), dando resultados muy positivos en todos ellos. Es una variedad que destaca por la alta calidad de la producción en el rebrote y apta para ciclos largos. Estrada es una variedad líder en la costa de Granada y en Almería en el segmento de siembras medias.

Por otro lado, en las zonas de Almería de pepino tardío está triunfando la variedad Carranza, que es ideal para fructificar durante el invierno, ya que se comporta de forma excelente durante los periodos de frío, manteniendo una alta sanidad de planta que la lleva a dar su máximo de producción hasta el mes de abril. Carranza es una variedad destinada a aquellos agricultores que hacen dos ciclos de pepino al año, en julio y octubre.



■ Caronte responde muy bien a las exigencias del sector. / FHALMERÍA

MERCADO MÁS NACIONAL

La berenjena rayada comienza a expandirse por el Levante español

E. Sánchez

La berenjena está empezando a tener un mercado más nacional, ya que se conoce que un alto porcentaje de su comercialización va a parar a países extranjeros. Sin embargo, la berenjena rayada está logrando ampliar su presencia en España gracias a sus propiedades y a los beneficios que ofrece a los consumidores. En este sentido, según ha explicado Alberto Domingo, responsable de berenjena de Rijk Zwaan, "la rayada es una hortaliza pensada para el consumidor, ya que absorbe menos aceite que el resto de variedades comerciales y contiene grandes beneficios para la salud y las ventajas que ello conlleva".

En el caso de esta casa de semillas, el posicionamiento en el mercado nacional es claro, ya que "estamos logrando grandes éxitos sobre todo en el Levante español, donde atendemos a unos compradores que buscan este tipo de berenjena durante todo el año y, en verano, la cultivan en la pro-



■ Producción de berenjena rayada en invernadero. / FHALMERÍA

vincia de Almería. Es cierto que la berenjena rayada está menos presente en el campo que la convencional, sin embargo, cada vez son más los agricultores que

apuestan por la producción de la rayada, ya que, sobre todo, a la hora de la comercialización es mucho más agradecida y sus precios son bastante mejores.

COTIZACIONES

Calabacín, berenjena y pepino mantienen precios estables en el inicio de julio

E. S. G.

A pesar de que en estos días continúa la reducción de la producción comercializada propia de estas fechas, debido a la progresiva finalización de la fase productiva de los cultivos del Poniente y Levante almeriense, los precios tanto de pepino, calabacín como berenjena se mantienen estables. Según el último informe del Observatorio de Precios de la Junta de Andalucía, el precio medio de pepino y berenjena se mantiene en valores similares a días anteriores. Las partidas nuevas de berenjena de las plantaciones jóvenes oscilan entre 0,20/0,30 euros el kilo, aunque ha habido algunas partidas que han tenido como primer corte precios que superaban los 0,50 euros; mientras que la producción de plantaciones viejas no tiene prácticamente salida en el mercado. Por su parte, en lo que respecta al pepino corto, junto con las pequeñas partidas res-

tantes de pepino Almería comercializadas en estas fechas, se cotizan entorno a 0,15 euros el kilo y registran, junto con el pepino francés, precios inferiores a la pasada campaña agrícola.

CALABACÍN

Mientras tanto, el calabacín mejora ligeramente la cotización de semanas anteriores. Y es que, según el informe del Observatorio de Precios de la Junta de Andalucía, el mercado nacional está absorbiendo la mayor parte de la producción y de forma minoritaria el mercado alemán y francés que siguen presentes en la compra de producto español. La demanda del mercado alemán se están orientando en estas fechas, fundamentalmente, hacia calabacín envasado en malla, mientras que en Francia, un pequeño bache en su producción hace que mejore la demanda de calabacín español.

WWW.AGENTESSECRETOSENHORTICULTURA.COM

Koppert pone al día de la producción integrada al gran público con una web

■ CIA

Koppert Biological Systems ha creado una página web para explicar y contar de un modo práctico, sencillo y didáctico la producción integrada al gran público. La idea es mostrar cómo los abejorros, avispas parásitas, ácaros depredadores, bacterias y hongos beneficiosos hacen una contribución diaria para mantener a las plantas sanas y saludables, permitiendo a los agricultores ser menos dependientes de los productos químicos. El principal concepto es acercar la agricultura y el medio ambiente al gran público, es decir, hacer muy fácil el entender el milagro de los invernaderos de Almería y otras partes de Europa y cómo funciona el control biológico. Dentro de la página web hay un apartado especialmente para los niños, un público receptor que cada vez se interesa más por estos temas.

Koppert quiere llevar un mensaje conciso para la sociedad, pero principalmente para los niños, de que la agricultura hay que mantenerla y enseñarles que la comida no viene solamente del carrito de la cesta del supermercado, sino que hay un proceso agrícola antes de que llegue a la mesa. Con esta web la entidad tiene la intención de concienciar a la comunidad acerca de la agricultura, sobre cómo se producen nuestros cultivos, y de que estos son inocuos y sanos.

OTROS APARTADOS

En la página web, los usuarios podrán encontrar, además de una estructura de la misma especialmente diseñada para los niños, textos sencillos y fáciles para la comprensión para no expertos, así como una sección dedicada a noticias de interés y apartados para pintar y colorear. La página web es <http://www.agentessecretosenhorticultura.com> y el porqué de esta elección en el nombre está claro. Lo que durante años parecieran insectos comunes, en la actualidad están siendo los responsables de asegurar que la comida en nuestro plato sea saludable y segura, como los agentes secretos de las películas.

Dentro de uno de los apartados de la web, 'se busca: un buen ácaro', Koppert quiere mostrar

que éstos realizan una buena acción contra los 'bichos malos' que atacan a las plantas. Así, por ejemplo, habla de que por lo regular éstos no miden más de un milímetro de longitud, sin embargo, son absolutamente inva-

luables. Los enemigos naturales de las plagas como lo son los ácaros depredadores y las avispas parásitas participan en una batalla diaria a la que desde la empresa le llaman control biológico.



■ Vista del inicio de la página web.

Pepino Mitre, **La mejor producción con calor**

Pepino Solero, **Calidad hasta el final**

NOVEDAD

SEMILLAS **fito**

Desde 1880, mejorando contigo

www.semillasfito.com

SIN COMPETENCIA

La berenjena nacional copa hasta el 70% del mercado

I. F. G.

España es el principal suministrador de Europa de berenjena, copando, de media, el 60'7% del mercado, aunque llega, entre los meses de noviembre a febrero, a acaparar más del 70% del mercado europeo de este producto. Así lo recoge el 'Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería 2010/2011', elaborado por la Fundación Cajamar. De este modo, queda claro que España, en general, y Almería, en particular, es líder indiscutible en la comercialización de berenjena en el Viejo Continente.

Entre los competidores de la berenjena española, según Cajamar, destacan Holanda, Alemania e Italia, por este orden, aunque ninguno de ellos tiene el potencial de España; de hecho, en el caso de Holanda, apenas llega a alcanzar una cuota de mercado media del 22%. Entre los orígenes no comunitarios, el texto de Cajamar llama la atención sobre Turquía y Kenia, dos países que, hoy por hoy, no suponen ningún peligro para el producto nacional, pero sobre los que aconseja "hacer un seguimiento de su evolución por el potencial productivo que presentan".

MARRUECOS

Mención aparte merece Marruecos. En la actualidad, las exportaciones de berenjena de este país hacia la Unión Europea (UE) están totalmente liberalizadas; sin embargo, y tal y como apuntó Andrés Góngora, secretario provincial de COAG, "no suponen ningún problema para Almería". Esto es así debido al calibre del fruto; es decir, las mayores dimensiones de la berenjena frente, por ejemplo, a un tomate, hacen que necesite de mayores gastos de transporte para un menor peso, luego, "no les trae cuenta exportar berenjena". Así las cosas, todo apunta a que España y, con ella, la provincia almeriense, continuará siendo líder indiscutible en la exportación de esta hortaliza a Europa.

SOLUCIONES PARA EL AGRICULTOR

Cronos, el calabacín líder de Syngenta por su gran producción en todo el ciclo

LA EMPRESA LANZA, ADEMÁS, VITULIA, UNA VARIEDAD PARA CULTIVO AL AIRE LIBRE QUE DESTACA LA GRAN CALIDAD DE SUS FRUTOS

CIA

Fiel a su filosofía de ser una compañía global con soluciones a nivel local, Syngenta ofrece variedades de calabacín adaptadas a las exigencias de toda la cadena agroalimentaria, tanto para los cultivos intensivos como para el segmento de producciones al aire libre.

En los invernaderos de Almería conocen bien la calidad de la oferta de Syngenta en calabacín con la variedad Cronos, líder del mercado y con muy buenas perspectivas para esta campaña. Cronos destaca por su producción de gran calidad en todo el ciclo, tanto a nivel de campo como de postproducción, lo que se traduce en un mayor rendimiento comercial para el agricultor. Para los ciclos de otoño, se recomienda su siembra entre mediados del mes de agosto a mediados de septiembre. Destaca, asimismo, su buen nivel de resistencias, especialmente frente a oídio (IR: WMV; ZYMV; Gc y Px).

En el segmento para aire libre, la empresa de semillas lanza esta



■ Cronos proporciona un mayor rendimiento comercial al agricultor.

campana una importante novedad como es Vitulia, que está destinada a sustituir con el tiempo a la conocida y muy valorada variedad Mástil. Vitulia destaca por ser una variedad de vigor medio y compacta, que aporta una gran producción con alta calidad, ofreciendo un paquete de resistencias que mejoran el comportamiento de la variedad en condiciones de presiones por virus u oídio (IR: CMV; WMV; ZYMV; Gc y Px). Esta variedad de calabacín es ideal para ciclos de verano y otoño, siendo la fecha recomendada de siembra durante los meses de marzo a agosto.



■ Vitulia es ideal para los ciclos de verano y otoño.

CALABACÍN

Sus exportaciones crecen durante las tres últimas campañas agrícolas

I. F. G.

Las exportaciones de calabacín sumaron en 2010/2011 su tercera campaña consecutiva al alza. Así se desprende del 'Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería', relativo al pasado ejercicio, realizado por la Fundación Cajamar y que especifica que, sólo durante el año pasado, las comercializadoras de la provincia vendieron en los mercados exteriores más de 200.000 toneladas de esta hortaliza. Esta cifra supuso un 6'7% más que justo un año antes; en la campaña 2009/2010, las exportaciones de calabacín sumaron



■ Calabacín listo para su comercialización. / FHALMERÍA

188.331 toneladas, mientras que, en el ejercicio precedente, esa cifra fue de 182.780 toneladas.

Entre las causas de este aumento de las ventas en el exterior, el informe de la Fundación Cajamar apunta a la mayor oferta provincial. Una mayor oferta que, desgraciadamente, tuvo su repercusión en los precios medios alcanzados. Y es que, el valor de estas exportaciones cayó, según Cajamar, por encima del 20%, debido, por un lado, a la previsible saturación del mercado después de varios incrementos de producciones comercializadas y, por otro, a la entrada de producto marroquí. En este sentido, el informe de Cajamar señala que el país norteafricano introdujo calabacín "a precios inferiores al mínimo establecido entre enero y marzo", algo que, "no ha ayudado a la mejora de las cotizaciones en dichos meses".

Triunfal mayor producción en enero y febrero.

www.syngenta.es

syngenta®

Y siéntate
a esperar
el frío.



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.



Especial Rijk Zwaan



■ A la derecha se observa una variedad 'blueleaf' en pleno invierno y tras un largo recorrido conservando un verde intenso. A la izquierda, otra variedad diferente afectada por el frío y con escasa fuerza. /RZ

Una opción para llegar al invierno con fuerza

Las variedades 'blueleaf' de Rijk Zwaan en pepino tipo Almería o de exportación son, de momento, una de las más firmes opciones para conseguir que las plantas lleguen vigorosas y fuertes al periodo climático más crítico del año: el invierno. En esta fotografía se

observa el verde oscuro de las plantaciones de pepino de Rijk Zwaan frente a la huella que el invierno ha dejado en otras plantaciones. Las variedades Valle, Sendero, Burgos, Jungla, Boreal y Paisaje son descritas y comentadas por los agricultores en este especial.



Vuelve a sentirte orgulloso de tu cultivo



blueleaf
by Rijk Zwaan

Pradera RZ Manglar RZ

Sendero RZ Boreal RZ Paisaje RZ

FIABILIDAD

Jungla RZ, la variedad más especial de Rijk Zwaan, sigue entusiasmando a los productores

COMERCIALIZADORAS
COMO MURGIVERDE
CONFÍAN EN ESTA
REFERENCIA DESDE HACE
SEIS AÑOS, JUSTO LOS
QUE TIENE ESTE PEPINO

■ **Rafa Villegas**

Jungla RZ, variedad de pepino tipo Almería de Rijk Zwaan, es una referencia todoterreno que ha logrado, por sus características, ser líder en confianza. Indicada para siembras entre finales del mes de agosto y todo el mes de septiembre, se adapta a cualquier tipo de situación, algo que ha demostrado, con creces, en sus seis años de existencia. Para José Luis Ruipérez, especialista de cultivo de Pimiento y Pepino de esta consolidada casa de semillas, se trata, sin lugar a dudas, “de la variedad más especial de Rijk Zwaan”.

UN VALOR SEGURO

En la comercializadora Murgiverde confían en esta variedad desde hace seis años, justo desde el momento en que se introdujo Jungla RZ en el mercado. Para Francisco Fernández Osorio, técnico de Murgiverde, “es muy buena tanto para el agricultor como para la propia comercializadora”. Así, ha asegurado que “Jungla RZ se vende muy bien y hay que destacar su muy buen comportamiento en la postcosecha, su buen color, su turgencia, así como su buena consistencia”. Pero esas no son las únicas características que han hecho que sigan confiando, desde el primer día, en esta referencia de Rijk Zwaan. Y es que, como ha continuado explicando Fernández Osorio, “también da menos problemas de micofarela que otras variedades, se ajusta perfectamente al calibre que demandan actualmente los mercados de destino de las frutas y hortalizas almerienses y, además, es tolerante al virus de las venas amarillas y al del amarilleo”. En definitiva, ha concluido Fernández Osorio, “no la cambiamos por nada”.

Cuando se habla de Jungla RZ como una variedad todoterreno es que, gracias a su fuerte sistema radicular, es excelente en diferentes tipos de suelo. No es de

extrañar, por lo tanto, que cuanto más se profundiza en sus detalles sea más fácil comprender su gran éxito comercial en el segmento del pepino tipo Almería.

El fruto, además, que con un buen manejo oscila entre los 25 y los 35 centímetros, con un peso de entre los 350 gramos y el medio kilo, resulta más atractivo visualmente si cabe gracias a su cicatriz pistilar de pequeñas dimensiones.

CICLO MEDIO

Por otra parte, aunque el pepino Jungla RZ de Rijk Zwaan está indicado para un ciclo productivo medio, lo cierto es que cabe la posibilidad de alargarlo, debido, sobre todo, a que en invierno esta variedad presenta un rebrote de excelente vigor, lo que conlleva una producción y calidad muy buenas durante los meses de enero y febrero. No son pocos los agricultores que arrancan la producción en perfecto estado para asegurarse que llegan para sembrar productos típicos, en este caso, de la campaña de primavera, no porque se haya producido una merma productiva que les obligue a hacerlo.

ALTA PRODUCTIVIDAD

Esta variedad de pepino largo de la casa de semillas Rijk Zwaan destaca también por su alta productividad. Concretamente, concede entre uno y dos frutos por cada entrenudo. Además, si a ello se le une el factor de la precocidad y el de la producción sostenida durante todo el ciclo, incluidos los meses más duros, entre enero y marzo, se puede certificar perfectamente este extremo. Además, como ya se ha explicado, es una planta excelente en el rebrote.

Los agricultores productores de Jungla RZ destacan, además de la productividad, la ausencia de problemáticas tan comunes en otras variedades de pepino largo de la competencia, como es el caso del famoso cuello de botella, tan antiestético, y la denominada piel de lagarto. Al contrario, Rijk Zwaan ofrece con esta referencia un fruto de estriado y brillo atractivo, de un color verde oscuro, y de cuello bien formado.



■ Pepino Jungla RZ, variedad todoterreno de la casa de semillas Rijk Zwaan. / RZ

FRANCISCO CALLEJÓN, PRODUCTOR DE JUNGLA RZ

“En invierno no pierde kilos y es perfecto con lucha integrada”

Francisco Callejón, agricultor ejidense productor desde hace cuatro campañas de Jungla RZ, está muy contento con esta variedad. Así, ha explicado que en total plantará dos hectáreas de este pepino largo de Rijk Zwaan, “el 15 de septiembre una parte, y el 25 la segunda”.

De Jungla RZ destaca “su mata vigorosa y fuerte, el buen cuaje y que el pepino en coyuntura es de muy buena calidad” Ha descartado la incidencia de la piel de lagarto y el cuello de botella y se ha mostrado muy satisfecho de



que no se note merma productiva “en los meses más fríos”. Callejón asegura que “tiene un fácil manejo, se trata de una planta abierta, de hojas largas y grandes, y de un producto de color negro llamativo”. Ha confirmado que “funciona perfectamente con lucha integrada y es muy productivo,

le vengo cortando entre 10 y 10 y pico kilos por metro cuadrado, aunque en algunas zonas, y dándole un mayor recorrido a la mata, se pueden obtener más”. También ha destacado “su tolerancia al virus de las venas amarillas” y ha confirmado que va a “seguir con Jungla RZ”.

ALTAS RESISTENCIAS



La alta resistencia al oídio de Sendero RZ es ideal para 'residuo cero'

■ **Rafa Villegas**

Una de las características fundamentales para que una variedad de pepino destaque en el mercado es, sin duda, que presente altas resistencias a enfermedades como el oídio. Ello lo cumple a rajatabla Sendero RZ siendo, por lo tanto, muy indicada para la consecución del denominado 'residuo cero'. Por este concepto se entiende un paso más en el control de las plagas. Consiste en seguir trabajando con el método de la lucha integrada sumándole una mayor limitación del uso de ma-

terias activas para, no solo cumplir, como se hace siempre en la provincia, con los requisitos de la Unión Europea (UE), sino ir más allá. Así, sin llegar a cultivar en ecológico, que disminuye la producción y es más caro, con Sendero RZ se consigue la máxima calidad y seguridad.

Esta variedad de Rijk Zwaan, además, es perfecta tanto para su cultivo en la provincia de Almería como en la Costa Tropical granadina, zonas productoras en las que ha logrado consolidarse con unos resultados óptimos. Lo cierto es que son muchos ya los agri-

cultores que se han dejado conquistar por esta referencia de Rijk Zwaan.

Cuando se habla del pepino largo Sendero RZ se hace, además, de una variedad que destaca también por ser 'Blueleaf', concepto que mejora el aspecto de la planta y el fruto y proporciona una sanidad vegetal muy importante.

CARACTERÍSTICAS

Sendero RZ presenta una fortaleza formidable que le confiere a la planta una especial vigorosidad, que se muestra con un porte abierto. Esta variedad es, asimismo, muy atractiva para el consumidor, ya que su fruto es de un color verde oscuro que no pasa desapercibido, a lo que se añade que su tamaño es el requerido por los mercados. Sendero RZ presenta alta tolerancia al virus de las venas amarillas y al amarilleo y no presenta aparición de cue-



■ Espectacular cultivo de pepino Sendero RZ. /RZ

llo de botella, manteniendo todo el ciclo las estrías.

Sendero RZ ofrece una producción sostenida importante, ya que no presenta ningún parón entre la caña y el rebrote. Para ser más exactos, de media, esta va-

riedad produce entre dos y tres pepinos por cada entrenudo. El especialista de Pepino y Pimiento de Rijk Zwaan, José Luis Ruipérez, aconseja su siembra "entre finales de agosto y finales de septiembre".

BURGOS RZ, MEJOR QUE LA COMPETENCIA

"La media de kilos/m² es más rentable que cualquier variedad"

■ **R. V. A.**

El pepino largo Burgos RZ es, como ha explicado el especialista en cultivo de Pepino y Pimiento de Rijk Zwaan, José Luis Ruipérez, "un clásico ya en el mercado, puesto que se adapta perfectamente a las circunstancias más extremas de frío".

De este pepino, indicado para siembras medias y tardías, Francisco Fernández Osorio, técnico de la comercializadora Murgiverde, ha asegurado que "presenta una muy alta calidad y es muy productivo". Del mismo modo, ha resaltado su "excepcional calibre y su buena postcosecha, ya

que no hemos recibido ni una sola queja de los clientes"

Pero de quedarse con una característica de Burgos RZ, Fernández Osorio ha señalado "la elevada producción, ya que tenemos comprobado que la media de kilogramos por metro cuadrado de esta variedad comercial de Rijk Zwaan es incluso más rentable que cualquier otra variedad de la competencia".

La planta de Burgos RZ es de hoja media y produce dos frutos por entrenudo. En cuanto al fruto, éste es de un color verde oscuro y mantiene una longitud estable durante todo el ciclo productivo.



■ Cultivo de Burgos RZ. /RZ

MANUEL GALLARDO, AGRICULTOR DE ROQUETAS

"Es muy fuerte en invierno, cojo hasta 14 kilos por metro"

Manuel Gallardo, agricultor de Roquetas de Mar, confía en Burgos RZ desde "hace seis o siete años". Este año lo va a trasplantar en la primera quincena de octubre y lo aguantará "hasta el mes de abril".

De este pepino largo de Rijk Zwaan destaca que "no pierde productividad entre enero y febrero". Asegura que "tiene una planta muy vigorosa, que crece más rápido que la competencia y es muy fuerte en invierno". Además, destaca que "da muchos kilos de golpe, luego tienes un vacío y se vuelve a car-



gar la planta como al principio, por lo que llego a coger hasta 14 kilos por metro cuadrado. La planta y el fruto son oscuros y tiene altas resistencias".

TODO VENTAJAS

“Valle RZ tiene una producción tan grande en el rebrote que es único”

■ **Rafa Villegas**

El pepino Valle RZ de Rijk Zwaan está más que consolidado en producciones tardías, ya que presenta una calidad muy elevada y un buen acabado. Además, en las condiciones climatológicas más adversas, entre enero y marzo, demuestra su gran capacidad productiva y no pierde ni un ápice de su calidad. Se adapta también a la perfección, como confirman sus productores, tanto a la zona de Almería como a la Costa Tropical granadina.

Rijk Zwaan recomienda su siembra o trasplante a partir de mediados de septiembre. Lo cierto es que Valle RZ es de esas variedades que, cuando las eligen los productores una vez, repiten. Es destacable su resistencia, como ha explicado el especialista de cultivo de Pimiento y Pepino de Rijk Zwaan, José Luis Ruipérez, “a plagas y enfermedades como la ceniza y el virus de las venas amarillas”. Además, es un pepino que no se va de tamaño en

primavera y no da problemas ni de cuello de botella ni de piel de lagarto.

Francisco Fernández Osorio, técnico de Murgiverde, destaca “la alta productividad de Valle RZ en invierno y su alta tolerancia al virus del amarilleo y el de las venas amarillas”. Además, asegura que “al no ser una planta muy forrajera evita problemas de botrytis”. Respecto al pepino ha explicado que “es oscuro, de carne compacta y tiene una

producción exagerada en el rebrote y en la caña. No tiene parón vegetativo; la planta echa flor, cuaja y da un pepino de calidad”.

Otra característica que destaca Fernández Osorio de Valle RZ es “que tiene un mayor aprovechamiento que la mayoría de las variedades de pepino largo, por lo que en ese sentido no hay otro igual”. Además, “esta variedad tiene muy buena postcosecha, algo esencial para nosotros”.



■ Cultivo de pepino Valle RZ. / RZ

EMILIO CASTILLO, AGRICULTOR DE MATAGORDA

“Siempre vendo al primer o segundo corte con Valle RZ”



Tan bien le va a Emilio Castillo, agricultor de Matagorda, con Valle RZ que fue uno de los primeros en ponerlo en la zona, se lo aconsejó a diferentes amigos y ya se siembran, que él conozca, unas 30 hectáreas de este pepino. Castillo asegura que plantó otra variedad de la competencia a la vez que Valle RZ la campaña pasada y “no producía en el rebrote ni la mitad”, y

le salía mucho cuello de botella”. Y es que Valle RZ no pierde kilos en invierno, además de ser tolerante a la ceniza y al amarilleo. Castillo lo considera “muy completo” y le ha cortado “hasta 12 kilos por metro cuadrado”. Asegura, además, que “es un pepino de fácil manejo y todo el año lo he vendido en la alhóndiga al primer o segundo corte”.

FRANCISCO URBANO CORREA, AGRICULTOR DE CARCHUNA

“Esta variedad no da ningún quebradero de cabeza”

Para Francisco Correa, productor de Carchuna que lleva plantando tres campañas Valle RZ, esta variedad “proporciona un fruto muy parejo y de muy buena calidad, justo lo que demanda el mercado, y es muy fuerte ante la ceniza”. También está muy satisfecho por su productividad, ya que “normalmente logro unos 8.500 kilos por marjal (528 metros cuadrados), ya que es una variedad que se



comporta muy bien durante los meses de más frío”.

Correa va a plantar de nuevo Valle RZ entre el 2 y el 4 de octubre ya que, como ha explicado aliviado, “además de tener un fácil manejo, es una variedad que no me ha dado quebraderos de cabeza”.

MANUEL GALLARDO, AGRICULTOR DE ROQUETAS DE MAR

“Lo elijo desde hace 5 años por calidad y productividad”

Manuel Gallardo, agricultor de Roquetas de Mar, trasplantará el pepino tipo Almería Valle RZ de Rijk Zwaan en la primera quincena de octubre y lo aguantará hasta el mes de abril. Un factor muy importante que influye en su elección, desde hace cinco años, es, como ha explicado, “además de la calidad, que produce muy bien en los meses más fríos, además de que es muy tolerante, lo ten-

go más que demostrado, tanto al oidio como al amarilleo”.

Respecto al comportamiento de la planta de Valle RZ, Manuel Gallardo ha asegurado que “va soltando el fruto muy progresivamente, sin perder producción en los meses de enero, febrero y marzo”. En sus invernaderos de Roquetas de Mar, Gallardo produce de media con esta variedad de Rijk Zwaan “unos 13 kilogramos por metro cuadrado”. En cuanto a las características de la planta y el fruto destaca también “su color oscuro, además el pepino nunca me ha dado problemas de piel de lagarto y por lo que sí destaca es por su fácil manejo”.

ESPECIFICIDADES

Boreal RZ y Paisaje RZ consolidan la oferta de Rijk Zwaan destinada al cultivo ecológico

■ **R. V. A.**

El amplio catálogo de pepino de Rijk Zwaan lo completan dos fuertes variedades de pepino largo ideales para el cultivo ecológico. Se trata, concretamente, de Boreal RZ y Paisaje RZ. Ambas tienen una productividad media de entre uno y dos frutos por en-

trenado, son muy rústicas, se adaptan perfectamente a diferentes condiciones de cultivo y experimentan un fuerte crecimiento sin alterar en ningún momento el buen color de la planta.

El fruto, tanto de Boreal RZ como de Paisaje RZ, es verde oscuro, con un marcado estriado, y permite una buena conservación.

Su siembra se aconseja para finales de agosto y todo el mes de septiembre.

Una de las diferencias más evidentes entre la variedad de pepino largo de Rijk Zwaan Boreal RZ y Paisaje RZ es que el fruto de ésta última cuenta con un cuello más corto y con una forma más redondeada.

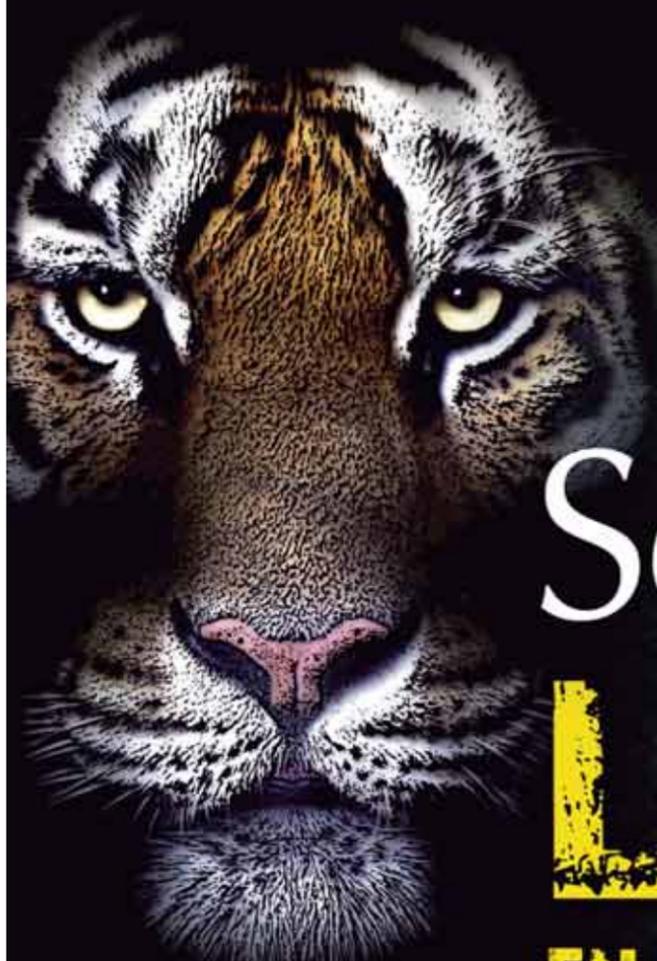


■ Cultivo de Boreal RZ, especialidad para ecológico. / RZ

Jungla RZ

EL REY

EN CALIDAD Y PRODUCCIÓN



Sendero RZ

LA BESTIA

EN RESISTENCIAS



Especial Berenjena de Rijk Zwaan



GARANTIZA UNA PRODUCCIÓN CONSTANTE EN INVIERNO

Leticia RZ se adapta a cualquier mercado y agricultor para llegar “a todo el mundo”

■ Isabel Fernández

“En Rijk Zwaan queríamos llegar a todo el mundo”, afirma Alberto Domingo, especialista de Cultivo de Berenjena de la empresa de semillas, y, por ello, “hemos apostado por Leticia RZ”. Si algo caracteriza a esta berenjena es “su producción constante, sobre todo en el invierno”. Y es que, cuando el mercurio baja, la planta de Leticia RZ no sólo sigue manteniendo su nivel de producción, sino que sus frutos “mantienen la calidad”, conservando el mismo color negro oscuro y brillante, así como su dureza.

Leticia RZ es una berenjena pensada para completar, en parte, a Thelma RZ; así, mientras esta última es para ciclo más temprano, Leticia RZ está recomendada para trasplantes desde finales de agosto a primeros de septiembre, e incluso, para aquellos agricultores que, ya en abril, quieren hacer un cultivo de berenjena. Precisamente por ello, Domingo comenta que “da mucho juego al productor”. Pero no sólo a éste, también al comercializa-

dor, ya que Leticia RZ es una berenjena que, si bien “se adapta a todo tipo de agricultor”, también es capaz de llegar a “todo tipo de mercado”, desde el nacional hasta cualquiera de las grandes plazas europeas. En este sentido, Alberto Domingo apunta que, gracias a esa producción constante, Leticia RZ es una berenjena ideal para su venta a través de cooperativa, con programas cerrados, y también a través de alhóndiga.

La ausencia de espinas en el cáliz, facilitando así el trabajo del agricultor, y su buena postcosecha son otras de las características destacables de Leticia RZ. Una berenjena que responde perfectamente a las demandas tanto de uno como de otro eslabón de la cadena. Al primero, le ofrece un fruto de calidad, uniforme y con peso específico, mientras que al segundo, al comercializador, le garantiza una buena postcosecha, en la que el fruto mantendrá intactas todas sus cualidades, pero, sobre todo, en la que conservará su color negro intenso.

Por último, Leticia RZ mues-



■ Leticia RZ destaca por su color negro muy oscuro y brillante. / RZ

tra un buen comportamiento frente a botrytis y oídio, dos de los problemas, si cabe, que más pre-

ocupan al agricultor. En cualquier caso, Domingo afirma que desde Rijk Zwaan continuarán traba-

jando en la “senda marcada” y que no es otra que “mejorar tanto en producción como en calidad”.

EMILIO AMADOR, AGRICULTOR

“Leticia RZ no me da ningún problema de botrytis”

Emilio Amador está más que satisfecho con su cultivo de Leticia RZ. Según comenta, durante la pasada campaña cultivó 13.500 metros de esta variedad de Rijk Zwaan y le fue “estupendamente”. Para él, “Leticia RZ es una berenjena extraordinaria”, no sólo por la facilidad con la que se puede llevar el cultivo, sino también por los resultados cosechados. De este modo, este agricultor vicario afirma que, a diferencia de otras variedades, “pasa todo el invierno sin descargarse”, lo que le garantiza una producción constante. Asimismo, “tiene un fruto muy vistoso, sin pezón”, pero, sobre todo, “con un color negro muy oscuro”. Precisamente este color es lo que le facilita la venta y, de hecho, dice or-



gulloso que “Leticia RZ tiene una calidad que llama la atención”, tanto que, “cuando tu partida llega a la alhóndiga, enseguida la miran”.

Por último, Emilio Amador señala que “Leticia RZ no me da problemas de botrytis”. Es más, “no he tenido problemas de pudrición en toda la campaña”. De ahí que tenga claro que este año también apostará por ella.

GABRIEL CUENCA, AGRICULTOR

“Leticia RZ es la berenjena con más calidad en invierno”

Desde luego, son muchas las cualidades de Leticia RZ que valora Gabriel Cuenca; sin embargo, hay una que le gusta especialmente y es que, “de todas las berenjenas que he puesto, es la que más calidad mantiene durante el invierno”. De este modo, explica que, incluso con bajas temperaturas, conserva su color negro muy oscuro y, además, no tiene ningún problema de cuaje.

Cuenca se refiere, asimismo, a la facilidad con la que se lleva el cultivo, del que destaca que “es una planta menos forrajera que otras” y esto, evidentemente, “ahorra trabajo”. Al igual que su ausencia de espinas también supone un alivio, ya que facilita las labores diarias del cultivo. Por si todo esto fuese



poco, este agricultor vicario destaca la escasez de frutos gemelos que da la planta, puesto que “sólo cuaja la berenjena que es buena”.

Teniendo todo esto en cuenta, no es de extrañar que afirme que está tan contento con los resultados obtenidos en esta campaña que “desde luego que voy a repetir con Leticia RZ para el próximo año”.

BRILLO Y COLOR CON PESO ESPECÍFICO

Thelma RZ ofrece una uniformidad de producción superior al resto

I. F. G.

Brillo y color excelentes, incluso en invierno, y una gran uniformidad de producción son las características fundamentales de Thelma RZ y que la convierten en una variedad muy apreciada tanto por productores como por comer-

cializadores. Para los primeros, la calidad del fruto y su peso específico les facilitan, sin lugar a dudas, la venta, mientras que, para los segundos, la uniformidad de la producción les permite, como afirma Alberto Domingo, especialista de Cultivo de Berenjena de Rijk Zwaan, “trabajar con progra-

mas de supermercados durante todo el año”.

Junto a esto, Thelma RZ, como ocurre con Leticia RZ, llama la atención por la ausencia de espigas, algo que, en primer lugar, facilita el trabajo al agricultor y, cómo no, ayuda a una mejor postcosecha, ya que los frutos no se pinchan ni, por tanto, se pudren.

Thelma RZ es una berenjena para siembras tempranas-medias bajo abrigo, e incluso, para primavera.



Thelma RZ, la mejor opción para siembras tempranas-medias. /RZ

JUAN MIGUEL PEÑA, AGRICULTOR

“Con Thelma RZ he conseguido 17 kilos por metro cuadrado”

Juan Miguel Peña prevé sembrar 14 hectáreas de Thelma RZ para la próxima campaña, ya que, “para mí, esta variedad es muy rentable porque echa muchos kilos, tiene calidad y, además, necesita menos mano de obra”. Con respecto a la producción, afirma que, en la campaña que acaba de terminar, “he conseguido 17 kilos por metro” de frutos con “muy buen color y mucho brillo”. Asimismo, valora la “consistencia” de Thelma RZ, una berenjena, a su juicio, “muy dura, que una vez cor-



tada, aguanta y no se pudre”. Para él, “no hay otra igual”.

Junto a esto, Peña destaca que Thelma RZ le ayuda a reducir gastos en su finca, ya que, “al tener menos hoja, me ahorra trabajo”.

JAVIER MARTÍN, AGRICULTOR

“Thelma RZ tiene una producción y calidad uniformes”

“Thelma RZ es una berenjena muy uniforme en producción y en calidad”. Así de rotundo lo afirma Javier Martín, que, un año más, apostará por esta variedad de Rijk Zwaan. Esta homogeneidad, bajo su punto de vista, es más que positiva, ya que, gracias a ella, “todas las semanas tengo fruto”. Pero no un fruto cualquiera. “Thelma RZ tiene un color muy bueno”, explica, tanto que, a la hora de la venta en su cooperativa, “tengo un porcentaje muy alto de buenas clasificaciones”.



Por otro lado, Martín se refiere al menor gasto en mano de obra que supone Thelma RZ, ya que “es una planta menos forrajera”. Por todo ello, afirma que, tras dos campañas apostando por la variedad, seguirá confiando en ella.

LA BERENJENA RAYADA CON MEJOR COLOR Y PRODUCCIÓN

Angela RZ “es una oportunidad de negocio para las empresas y para el productor”

I. F. G.

“En Rijk Zwaan creemos en la berenjena rayada y creemos en Angela RZ”, afirma el especialista de Cultivo de Berenjena de la empresa, Alberto Domingo, quien añade que, además, “creemos que es una oportunidad de negocio para nuestras empresas,

para que puedan ampliar su gama en este producto”. Pero no sólo para ellas.

Angela RZ supone una oportunidad también para el agricultor, que ahora puede decantarse por un fruto diferente, que se dirige también a un mercado diferente y que se cultiva, incluso, en los meses de verano para

abastecer, por ejemplo, al Levante nacional.

Angela RZ ofrece un fruto de gran calidad, además de una buena producción, e incluso, “puedes hacerle un ciclo largo”. Pero si algo destaca de esta variedad es su buen comer; de hecho, Angela RZ es ideal para freír, ya que absorbe menos aceite.



Angela RZ mantiene la calidad y el color en invierno. /RZ

JUAN TORRES, AGRICULTOR

“Angela RZ tiene un color y una textura que no tienen otras”

Juan Torres, a diferencia de otros agricultores, continúa recolectando berenjena rayada en estos días. De hecho, “puse el cultivo el 12 de febrero y quiero mantenerlo hasta finales de octubre o primeros de noviembre”. De momento, y pese a las altas temperaturas, “estoy muy contento con el cultivo”, afirma y añade que “los frutos están saliendo

muy bien, con muy buen color”. Precisamente esta última, el color, es una de las características de Angela RZ que más le gustan a este agricultor, junto con “su textura” y su “suavidad a la hora de comérsela”. Hasta la fecha, “ha ido, además, muy equilibrada de kilos”. Así las cosas, afirma que, “estoy muy contento y volveré a poner Angela RZ”.



JOSÉ PERALTA, AGRICULTOR

“Da una buena producción cuando más vale el género”

José Peralta lleva tres años cultivando Angela RZ y, de momento, “por supuesto que pienso seguir poniéndola”. Este agricultor destaca que “Angela RZ mantiene la calidad y el color con el frío, que es cuando resulta más difícil”, pero, sobre todo, “tiene una buena producción cuando el género vale más”, es decir, cuando bajan las temperaturas.



Para él, y con respecto a la calidad del fruto, “Angela RZ tiene una consistencia superior al resto de berenjenas”; pero no sólo eso: “Tiene muy buen color, textura y mejor sabor que el resto de berenjenas”. Por todo ello, José Peralta afirma que, “en rayada, no hay otra berenjena como Angela RZ”.

Leticia RZ

El color de la calidad



Especial Industria auxiliar

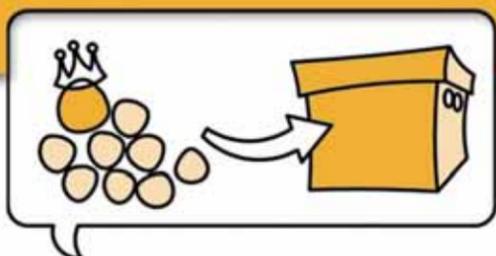


■ La empresa Agrotecnología desarrolla concienzudas investigaciones antes de poner sus productos al alcance del agricultor. De un tiempo a esta parte las empresas de la industria auxiliar apuestan por I+D+i.

Los preparativos de la campaña pasan por el laboratorio

La investigación es un elemento casi indispensable para la industria auxiliar que atiende al campo almeriense. Muchas empresas invierten en I+D+i, y sus resultados se pueden observar en el avance de nuestra agricultura.

agrobío *vuela* ... 



las mejores condiciones



express
24 en menos de horas



bio polinización
y control
bio lógico



+ producción
+ calidad

CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA

El campo almeriense reduce un 55% el uso de fitosanitarios en el tomate



■ Las buenas prácticas agrícolas y la positiva adaptación de los 'bichitos' en el tomate están permitiendo que esta fruta siga evolucionando. / FHALMERÍA

LA EXTENSIÓN DE LOS MÉTODOS DE CONTROL BIOLÓGICO EN LA LUCHA CONTRA LAS PLAGAS Y LAS ENFERMEDADES DE LAS PLANTAS, LAS CAUSAS

■ Elena Sánchez

El uso de productos fitosanitarios en el campo almeriense cada vez está descendiendo más, algo sin duda importante para seguir cumpliendo con las exigencias del sector agroalimentario, que no son otras que la calidad y la seguridad alimentaria. Según la Delegación de Agricultura en Almería, las principales causas de que en la campaña 2011/2012 la provincia haya reducido un 55 por ciento el tratamiento fitosanitario en el cultivo de tomate es la extensión de los métodos de control biológico en la lucha contra las plagas y las enfermedades de

las plantas. Y es que, según el balance de campaña fitosanitaria presentado por la Delegación de Agricultura, en esta campaña se ha reducido a la mitad el uso de fitosanitarios en el tratamiento de hongos y otras enfermedades asociadas a la humedad. En este caso, parece ser que ha contribuido en buena medida una climatología favorable, ya que el pasado invierno, la pluviometría ha sido muy escasa.

MÁS TOMATE BIOLÓGICO

Gracias a estos datos, desde la Delegación de Agricultura han adelantado que durante la próxima campaña agrícola se producirá un incremento "notable" de la superficie de tomate cultivado con control biológico. De hecho, ya en el ejercicio que está terminando, el tomate ha sido la hortaliza que ha registrado un mayor in-

cremento en la aplicación de este método de cultivo con un total de 3.154 hectáreas, es decir, 531 hectáreas más que en la campaña

2010/2011. Este aumento ha sido posible gracias a la suelta de insectos en los propios semilleros, lo que multiplica por cinco

la eficacia de dicho método. En cuanto a datos generales, el sector hortofrutícola de Almería cultivó esta campaña 20.750 hectá-

AYUDAS

Los fondos reembolsables de la Junta de Andalucía, de interés para los empresarios

■ E. Sánchez

Los empresarios de la industria auxiliar de la agricultura necesitan en todo momento conocer cuáles son las ayudas y las subvenciones con las que pueden contar para llevar a cabo su actividad. En este sentido, parece de interés los fondos reembolsables que la Junta puso en marcha hace apenas dos años res-

pondiendo a un cambio de modelo de ayuda pública al desarrollo empresarial de la Comunidad autónoma y, desde entonces, han movilizad más de siete millones de euros para proyectos en Almería.

En este sentido, la Fundación TECNOVA también está mostrando su apoyo a dichas entidades, con el fin de fomentar la actividad empresarial y la ex-

pansión del tejido productivo. Actualmente existen 10 líneas de fondos reembolsables entre las que destacan el fondo para la gestión de espacios productivos; fondo para la reestructuración financiera de empresas; fondo para el apoyo al desarrollo empresarial; fondo de apoyo a la internacionalización de la economía andaluza; fondo de garantías y avales; o el fondo de emprendedores tecnológicos.

CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA



■ El pepino sigue en aumento con control integrado. / FHALMERÍA

reas de explotaciones con control biológico de plagas, lo que supone prácticamente el 80 por ciento del total de la superficie invernada y consolida a la provincia como líder de España en la aplicación de estos métodos de cultivo más respetuosos con el medio ambiente y cada vez más valorados y demandados por los agricultores.

PEPINO

Tras el tomate, como producto que mayor aumento ha registrado esta campaña en número de hectáreas con control biológico, se encuentra el pepino, que ha pasado de tener 1.991 hectáreas en

la campaña 2010/2011, a contar con 2.350 hectáreas en el presente ejercicio, es decir, 359 hectáreas más de un año a otro. El buen hacer de los insectos auxiliares, las nuevas variedades de pepino que logran obtener las casas de semillas y también, cómo no, el buen hacer de los agricultores está permitiendo que el pepino tome ventaja con respecto a otros productos en el uso del control biológico como cultivo prioritario. Aún así, los datos de la Delegación de Agricultura en la provincia de Almería corroboran que el pimiento sigue siendo la verdura con mayor superficie tratada con este método de cultivo, con más de 7.100 hectáreas.

Varias empresas de la IAA reciben ayudas

Las empresas de la industria auxiliar de la agricultura cada año reciben una ayuda importante tanto por parte de la Junta de Andalucía como de la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía, entre otras. En esta ocasión, varias entidades almerienses han obtenido varias subvenciones con el fin de que los empresarios puedan mejorar su actividad para trabajar en pro de la competitividad y ofrecer productos diferenciados.



■ La maquinaria es de lo más caro de comprar. / FHALMERÍA



■ El pimiento es el producto que más hectáreas de lucha integrada tiene en Almería. / FHALMERÍA

La lucha integrada es uno de los sectores más importantes de la industria auxiliar de la agricultura, además de que es uno de los que más avances han logrado en los últimos años. A pesar de ello, es cierto que junto con las semillas es uno de los gastos más importantes que los agricultores tienen que hacer cada campaña. De hecho, el mayor gasto que afrontan los productores es el derivado de la compra de semillas. Un gasto que, además, supone más del 8 por ciento 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 por ciento 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 por ciento. 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.

LOS GASTOS AUMENTAN

Por citar sólo un ejemplo, las partidas destinadas a control biológico se incrementaron de forma considerable durante el ejercicio

analizado, un 6'2 por ciento. 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 biológico. 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 invernado, el resultado es un incremento en el coste general".



■ Interior de las instalaciones de Agroiris. / FHALMERÍA

DE ANIVERSARIO

La inversión en tecnología y capital humano, claves del éxito de Solplast

LA EMPRESA, INTEGRADA EN EL GRUPO ARMANDO ÁLVAREZ, ACABA DE CELEBRAR SUS 25 AÑOS EN EL SECTOR DE LA MANO DEL AGRICULTOR

Isabel Fernández

Solplast S. A. acaba de cumplir 25 años en el sector agrícola. Tiempo en el que, según afirmaron desde la propia empresa perteneciente al Grupo Armando Álvarez, ésta ha tenido un “crecimiento sostenido, basado en una política de inversión continua tanto en tecnología como en capital humano”, lo que, a su juicio, “la ha colocado en la posición de liderazgo que ostenta en este momento”. No en vano, Solplast es, hoy por hoy, “la principal empresa de transformación de plásticos agrícolas en España y una de las más importantes de Europa”. De hecho, en la actualidad, la empresa exporta más del 50% de su producción a más de 60 países repartidos por los cinco continentes.

En este contexto, Solplast celebró recientemente su 25º ani-



Asistentes al acto conmemorativo del 25º aniversario de Solplast.

versario. Un acto que tuvo lugar en Puerto Lumbreras y al que asistió José Ramón Álvarez Ribalaya, nuevo presidente del Grupo Armando Álvarez y que ha venido a sustituir, precisamente, a su padre, Armando Álvarez, al frente de la compañía.

Durante la celebración, tanto el nuevo presidente del Grupo como el director de Solplast, Pedro Ahijado, dirigieron unas palabras a los asistentes, con las que recordaron la historia de la empresa y, además, apuntaron algunos de sus proyectos de futuro.

La presencia del presidente del Grupo en el acto fue fiel reflejo, según apuntaron desde la compañía ubicada en el Poniente almeriense, del “compromiso del Grupo Armando Álvarez en el desarrollo de Solplast”. En este sentido, llamaron la atención so-

bre la puesta en marcha de una nueva línea de producción de cinco capas, pionera en el sector.

PRODUCTOS

Solplast es en la actualidad una de las empresas líderes en el sector español de plásticos para agricultura, no sólo por la tecnología empleada, sino también por su amplia gama de productos, dando, de este modo, respuesta a las demandas de los agricultores. La compañía cuenta en su amplio catálogo con cubiertas para invernadero, tanto de larga duración como térmicas; hidropónicas con láminas a doble cara blanco y negro o diferentes tipos de acolchados.

Todo esto es posible gracias a la existencia de una potente área de I+D, que, según explicaron desde Solplast, “abarca todo lo relativo al estudio y desarrollo de nuestros productos, sistemas y materiales, jugando un papel decisivo en el asesoramiento al agricultor”. Esta última es, precisamente, una de las características diferenciadoras de Solplast: el asesoramiento al agricultor a la hora de elegir el mejor material para su finca.

Tras 25 años en el sector, Solplast es ya una empresa líder; sin embargo, no por ello ha dejado de innovar y de seguir mejorando. Todo lo contrario. Su reto sigue siendo ofrecer las mejores soluciones a la agricultura.

LA PRIMERA MUJER EN ALCANZAR LOS 14 OCHO MILES



La alpinista Edurne Pasabán, invitada de honor a la VI Cena de Gala de Patronos de TECNOVA

La alpinista Edurne Pasabán fue la invitada de honor a la VI Cena de Gala de Patronos del Centro Tecnológico de la Industria Auxiliar de

la Agricultura-TECNOVA. Pasabán se dirigió a los invitados, a quienes animó a “disfrutar con pasión lo que haces” y, sobre todo, “a bus-

car oportunidades para poder hacer lo que te gusta”. La dedicación, el trabajo duro y la honestidad son, para ella, claves del éxito.

AGROBÍO

“El agricultor ve muy clara la lucha integrada en tomate”

I. F. G.

“En tomate, el agricultor ve clarísimo el uso de la lucha integrada”. Así lo afirmaba José Maldonado, comercial de Agrobío, quien explicó que “todo lo que suponga un ahorro en gastos, el agricultor lo absorbe como agua de mayo” y, a su juicio, “la lucha integrada en tomate lo es”. Según Maldonado, los gastos en control biológico para una hectárea de tomate ascienden, a lo sumo, a 400 euros, con lo cual, no es de extrañar que, en los tiempos que corren, los productores lo tengan tan claro.

El comercial de Agrobío comentó, asimismo, que desde su empresa son muchas las expectativas que tienen puestas en el avance de la lucha integrada en este cultivo. No en vano, “hace dos años, estábamos en el 30% de superficie con lucha integrada, esta cam-

paña ya hemos llegado al 50% y, para la próxima, creo que superaremos el 70%”. La clave, según explicó, ha estado en la mejora del manejo del *Nesidiocoris tenuis* para el control tanto de mosca blanca como de Tuta absoluta. “La suelta en semilleros está siendo todo un éxito”, indicó y añadió que, precisamente por ello, “la lucha integrada en tomate va a ser también todo un éxito en la próxima campaña”.

Tras los últimos avances cosechados en tomate, desde Agrobío se han lanzado ahora a por el pepino. En este cultivo, y pese al incremento de superficie con control biológico, aún queda mucho por andar. Precisamente por ello, desde la empresa almeriense confirmaron que están realizando ensayos y pruebas para mejorar la eficiencia de la técnica en este cultivo.

TRAMPAS CROMÁTICAS

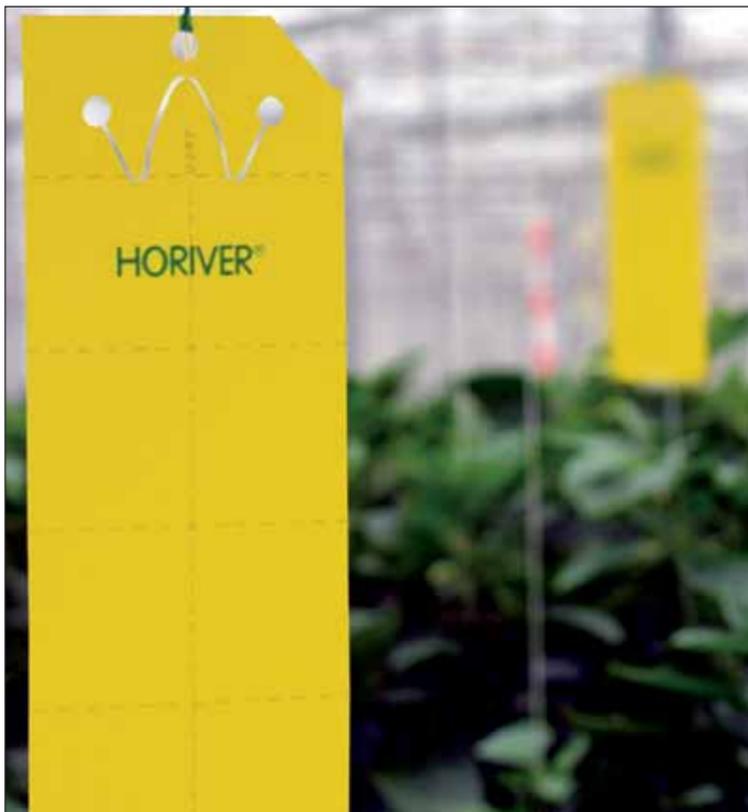
Las Mini Horiver de Koppert aseguran una captura y una durabilidad máximas

EL DISEÑO INNOVADOR DE ESTAS TRAMPAS GARANTIZA UNA MEJOR DISTRIBUCIÓN, EFICACIA Y LA REDUCCIÓN DE COSTES AL AGRICULTOR

■ Isabel Fernández

Koppert España, empresa líder del mercado en su sector y con más de 20 años de experiencia en el campo almeriense, cree firmemente en la captura masiva con trampas cromáticas como componente importante del control de plagas. El uso de las Mini-Horiver supone, a juicio de la compañía, una forma fácil, económica y duradera para la obtención de los objetivos propuestos por el agricultor.

El diseño innovador de las trampas cromáticas 'mini' de Koppert asegura al agricultor una mejor distribución de las mismas,



■ Tanto en azul como en amarillo, garantizan importantes capturas.

una mayor eficacia y una disminución tanto en los costes como en la colocación, requiriendo menos tiempo y esfuerzo y, por tanto, facilitando su labor.

Esta diferenciación en la eficacia de las trampas Horiver con respecto a las presentes en el mercado se debe a su mayor calidad en la superficie adhesiva, con una cola húmeda que la diferencia claramente del resto de sus competidores y que permanece activa hasta más de tres meses después de haberlas colocado, así como la atracción que producen a las especies plaga objetivo, como son la mosca blanca y el trip, por la exclusiva tonalidad de su color.

La utilización de trampas cromáticas es una técnica complementaria de control de plagas que adquiere gran importancia en los programas de manejo integrado en determinadas condiciones y épocas del cultivo. Además de su

función de monitoreo de poblaciones, las capturas masivas de los adultos de las diferentes plagas en estas trampas o placas puede reducir de manera importante las poblaciones de los fitófagos, ayudando en las estrategias de control integrado y favoreciendo, de este modo, la eficacia de los diferentes organismos de control biológico.

Las capturas medias de adultos de trips obtenidas por las trampas azules 'mini' de Koppert son significativamente más altas que las del resto de trampas y colores que, actualmente, conviven en el mercado, lo cual es la base para un ahorro en el coste. Con respecto a la captura de mosca blanca, las trampas Horiver capturan significativamente más adultos de mosca blanca que las trampas de otros modelos del mismo color amarillo y que las azules de todos los tipos.

Para las capturas de mosca blanca, de hecho, y según apunta desde Koppert, sí se aprecia una gran especificidad de las trampas amarillas de la compañía, que muestran una gran diferencia con las capturas en las trampas azules, cualquiera que sea el modelo utilizado.

Comprometidos con el Resultado

KOPPERT
BIOLOGICAL SYSTEMS

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.



YA HA CONFIRMADO

Plaform difundirá las ventajas competitivas de sus cajas en la próxima Fruit Attraction

■ I. F. G.

Plaform ya ha confirmado que estará presente en la próxima edición de Fruit Attraction, que tendrá lugar en Madrid del 24 al 26 de octubre próximos, y lo hará, según explicaron desde Plaform a través de un comunicado, con la intención de seguir difundiendo las ventajas de su sistema de embalaje para frutas y hortalizas. En este sentido, explicaron que “el mercado hortofrutícola y los canales de distribución, cada vez más exigentes, valoran las ventajas competitivas que ofrece la caja Plaform de cartón ondulado”, única marca española, recordaron, que “garantiza su producto con un sello de calidad y se rige por estrictas normas de fabricación”.

Plaform cuenta con más de treinta años de experiencia en el sector, tiempo en el que el Grupo ha producido casi 7.000 millones de cajas que han llevado frutas y hortalizas a todos los rincones de Europa. Todas estas cajas han sido sometidas a estrictos controles de calidad, ya que cada una de las trece empresas autorizadas para producirlas está obligada a cumplir con unas estrictas normas de fabricación y, cómo no, a someterse a auditorías periódicas de entidades independientes que controlan su cumplimiento. Pero éstos no son los únicos controles.

Desde el pasado 1 de julio, según apuntaron desde Plaform, gracias a un acuerdo alcanzado con la firma Fruit Audit, este sistema de embalaje también incluye un servicio de auditorías en destino. El objetivo es, tal y como explicaron, “garantizar que la caja mantiene el rendimiento óptimo en todo el circuito logístico y que los productos frescos llegan en perfecto estado a su destino, tras largos viajes en camiones refrigerados”. Teniendo esto en cuenta, desde Plaform afirmaron que “ninguna otra caja agrícola ofrece tantas garantías de calidad”.

EXCELENCIA

Por otro lado, y pensando en alcanzar la excelencia logística, la marca ha asumido el liderazgo de la implantación en España de la Norma Common Footprint (CF), que homologa las medidas exteriores de las cajas para facilitar su paletización. De este modo, desde el pasado mes de abril es obligatorio que todos los modelos de Plaform se ajusten a estos criterios de estandarización, conocidos en España como la Norma UNE 137005. Gracias al estándar CF, se pueden configurar palés mixtos seguros y con suficiente altura para aprovechar al máximo el espacio de carga, tanto en el transporte como en el almacenaje de los productos.

SUMA Y SIGUE

El CT TECNOVA acoge a dos nuevas empresas del sector

CON LA INCORPORACIÓN DE ISPEMAR Y ECOHIDRO SON YA MÁS DE 120 LAS FIRMAS QUE FORMAN PARTE DEL CENTRO DE LA INDUSTRIA AUXILIAR

■ Isabel Fernández

El Centro Tecnológico de la Industria Auxiliar de la Agricultura-TECNOVA y la Fundación del mismo nombre acaban de incorporar dos nuevas empresas, de modo que ya son más de 120 las compañías que los componen. Estas dos nuevas incorporaciones ponen de manifiesto el potencial del sector de la industria auxiliar agraria en la provincia, así como la relevancia del CT almeriense como punto de encuentro para todas estas empresas. Los dos nuevos ‘fichajes’ son Ispemar Soluciones Agrícolas Naturales, S.C.A., ubicada en Roquetas de Mar, y la murciana Ecohidro Agua y Medio Ambiente EBT, S.L.

Con respecto a la primera de estas dos empresas, Ispemar Soluciones Agrícolas Naturales trabaja en la exportación de sustrato de fibra de coco, así como en la producción de nutrientes naturales, bien sean fertilizantes, abonos o correctores de carencias, y en la comercialización de productos para el control biológico de plagas, así como en la venta de accesorios aplicables a la producción hortofrutícola.



■ M^a Carmen Galera, gerente del CT TECNOVA. / FHALMERIA

Ecohidro Agua y Medio Ambiente está especializada, según explicaron desde el CT TECNOVA, en el desarrollo de proyectos para el tratamiento de aguas superficiales y subterráneas para consumo humano, uso industrial y, cómo no, uso agrícola. Asimismo, la empresa trabaja en el tratamiento de aguas residuales urbanas e industriales para vertido o reutilización, así como en el tratamiento de aguas depuradas, de proceso industrial o de riego para su reutilización. La empresa, ubicada en Mula, en la vecina Región de Murcia, realiza, del mismo modo, la-

bores de desalación de aguas salobres para su utilización en riego, entre otras actividades.

El CT TECNOVA agrupa a empresas de todos los sectores y subsectores enmarcados en la industria auxiliar de la agricultura, desde la producción y comercialización de semillas hasta los sistemas de riego. Estas empresas, según los datos del último Tecnómetro, relativo al año 2009, en concreto las 182 que, entonces, componían el sector de la industria auxiliar agraria de la provincia, alcanzaron una facturación superior a los 930 millones de euros.

INNOVAR EN TIEMPOS DE CRISIS

Almería Hercase ‘mata por encargo’ para la industria agroalimentaria

■ I. F. G.

La crisis agudiza el ingenio y de qué manera. Si ustedes ven en los próximos días una furgoneta con el ‘Mato por encargo’, no se asusten, no es que la de sicario se haya convertido en una profesión amparada por la ley. Nada más lejos de la realidad. En este caso, lo más posible es que tengan cerca a cualquiera de los profesionales de la empresa Almería Hercase, especializada en la desinfección de “todo lo relacionado con la industria ali-

mentaria”, según explica su gerente, Juan Antonio Caparrós. “Nos dedicamos a las tres ‘D’: desinfección, desratización y desinsectación”, matiza y argumenta que la suya es una labor fundamental, ya que “todas las empresas están obligadas a llevar un control de plagas” y “nosotros las ayudamos”.

Almería Hercase desinfecta desde lonjas o almacenes de grano hasta cualquier negocio de hostelería. De momento, esta empresa ofrece sus servicios en el Levante provincial -de hecho, está ubicada en Car-

boneras-, pero “queremos trabajar y estamos dispuestos a llegar a cualquier punto de la provincia”, como, por ejemplo, al Poniente, donde, desde luego, serían muchos sus clientes potenciales.

Preguntado por el eslogan, Caparrós afirma que ha sido un elemento “determinante” en el éxito de la empresa. Según recuerda, su intención cuando lo idearon no era otra que “romper el hielo ante una profesión para muchos un tanto desagradable y qué mejor manera que poniéndole una nota de humor”.



■ Vehículo de la empresa. / FHALMERIA

DE DOW AGROSCIENCES

SPINTOR 480 SC celebra 10 años con premios

Rafa Villegas

En un entorno cada vez más exigente, muy pocos productos son capaces de mantenerse líderes en el mercado a lo largo del tiempo. Sin embargo, gracias a la confianza que muchos agricultores han depositado en él, SPINTOR 480 SC cumple ahora 10 años en el sector como producto de referencia.

Como agradecimiento, Dow Agrosciences ha decidido obsequiar a sus clientes con un regalo. La única contraprestación es demostrar cuánto sabe de SPINTOR 480 SC. Para ello, es necesario, con un rasca y gana, responder correctamente a tres preguntas. En el caso de acertarlas todas, se debe descubrir la casilla 'Rasca tu premio' para ver qué obsequio se lleva a casa.

Respecto a los regalos, que son directos por cualquier compra acertando las tres preguntas, son una sombrilla de playa, un polo o una toalla de playa. Los más afortunados podrán conseguir regalos especiales como una cámara de fotos digital o una 'tablet'.

EFICACIA

SPINTOR 480 SC se ha demostrado más que eficaz para el control de insectos. Su sustancia activa, el spinosad, se obtiene de forma totalmente natural por fermentación de la bacteria 'Saccharopolyspora spinosa'.

Este producto de Dow Agrosciences, que está autorizado en Agricultura Ecológica, es altamente eficaz en el control de trips y orugas de lepidópteros,

incluyendo la tan temida 'Tuta absoluta'. SPINTOR 480 SC está autorizado en pimiento y tomate de invernadero y aire libre, así como en berenjena, lechuga, melón, pepino, sandía, fresas, melocotonero, nectarino, manzano, peral, viñedo, parrales de vid y algodónero al aire libre

En cuanto a la formulación de SPINTOR 480 SC, se trata de una suspensión concentrada que presenta un plazo de seguridad de tres días para los productos hortofrutícolas más típicos de la provincia almeriense, como es el caso del pimiento, el tomate, la berenjena, la lechuga, el melón, el pepino y la sandía.



■ SPINTOR 480 SC con el correspondiente '¡Rasca y Gana!'.

JORNADAS

Expertos debaten el Plan de Sanidad Vegetal

R. V. A.

Con el fin de abordar el desarrollo del Plan Nacional de Uso Sostenible de Fitosanitarios en España, la Asociación Empresarial para la Protección de las Plantas (AEPLA) y OPERA, Centro de Investigación de la Universidad Católica del Sagrado Corazón de la ciudad italiana de Piacenza, han organizado unas jornadas en Madrid. Éstas han contado con la colaboración del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA).

Durante el acto de inauguración, el director general de Sanidad de la Producción Agraria del MAGRAMA, Vicente Almansa, y el presidente de AEPLA, Sergio Domínguez, han coincidido en afirmar lo positivo de la colaboración entre todos los agentes implicados para el desarrollo de un Plan Nacional de Acción que, en palabras del representante del Ministerio, debe ser "un buen plan", con amplia visión y metas realistas, y para cuyo desarrollo en nuestro país resulta clave conocer la experiencia de otros países. Este plan, que ya se está estructurando, es-

tará disponible en el mes de noviembre.

Las jornadas se han estructurado en dos partes diferenciadas, en la primera de ellas se han desarrollado tres sesiones en las que expertos de administraciones públicas e institutos de investigación de toda Europa han compartido sus experiencias y visiones desde países que ya han establecido planes nacionales de acción o están en proceso de desarrollo. Además, han mostrado las propuestas y herramientas que ayudan a los participantes en planes similares a abordarlos de una manera pragmática, vertebrados sobre los tres pilares de la sostenibilidad: el respeto medioambiental, el compromiso social y la rentabilidad económica, bajo el horizonte de una política agraria competitiva.

Además, se organizaron tres grupos de trabajo que han debatido sobre las prioridades del Plan de Acción Nacional en tres áreas, como son la socioeconómica, la salud y el medio ambiente, y han realizado propuestas de medidas a incluir en el Plan y los indicadores que permitirán medir su progreso.

10 años aniversario

SPINTOR A PASO FIRME

¡Rasca y Gana!

¡¡Ahora, lo que sabes de SPINTOR* 480 SC tiene premio!!

Por la compra de un envase de SPINTOR* 480 SC, participa con nuestro Rasca y Gana y llévate un regalo seguro en el acto.

*SPINTOR 480 SC es una marca registrada de Dow AgroSciences

Dow AgroSciences

Promoción válida del 15 de junio al 15 de julio de 2012 para ventas realizadas en Almería y Costa de Granada

INVESTIGACIÓN

“El IVIA y Agrotecnología plantean nuevas vías para ayudar a los agricultores”

LA COLABORACIÓN ENTRE AMBOS ENTES EN EL CAMPO DE LA I+D+I REPERCUTE DE MANERA MUY POSITIVA EN TODO EL SECTOR AGRÍCOLA

■ CIA

El Grupo Agrotecnología y el Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (IVIA), principalmente a través de la Estación Experimental Agraria de Elche y el Centro de Tecnología Poscosecha, mantienen una interesante colaboración desde hace tiempo, encaminada a dar respuestas a las exigencias de la agricultura actual con el desarrollo de productos naturales aplicados en el campo o en poscosecha de fruta. La Estación Experimental, con casi 80 años de historia como Centro de formación, experimentación y transferencia de tecnología en temas agrícolas, se ha convertido en referente dentro del sector agrario, especialmente en diversas especies tradicionales de los campos alicantinos como el granado, la higuera, las plantas ornamentales, la floricultura, el olivo, el níspero o el almendro. También destacan sus experiencias y cursos de formación en agricultura ecológica, hortícolas o plantas aromáticas y medicinales. Sus objetivos se centran principalmente en apoyar al agricultor para el estudio del comportamiento agronómico de nuevas variedades, el control de plagas y enfermedades o mejorar la calidad de sus cosechas. Para conseguir este fin, la Estación Experimental cuenta con una finca de seis hectáreas de terreno cultivable, invernaderos, balsas de riego, laboratorios y cámaras frigoríficas. También participa de ensayos en parcelas experimentales fuera de sus instalaciones, como las correspondientes a los campos de la red de I+D+i de la Consellería de Agricultura en Pilar de la Horadada, Callosa d'en Sarriá, Pinoso, Beneixama, Canyada, Villena o Elche. En definitiva, en la EEA se desarrollan diferentes proyectos experimentales de apoyo al sector agrario que después son transferidos con jornadas técnicas y la formación continua de los agricultores. Para ahondar en este tema y valorar la colaboración entre el Grupo Agro-

tecnología y el IVIA habla el Dr. Julián Bartual, en la actualidad jefe de sección del Servicio de Desarrollo Tecnológico (IVIA), que codirige junto al Dr. LLuis Palou y la Dra. Berna Perez-Gago del Centro de Poscosecha (IVIA) estos proyectos conjuntos.

-¿Cuándo empezó la colaboración con Grupo Agrotecnología?

-Aunque se han mantenido contactos anteriormente, centrados principalmente en el control de plagas, este año es el segundo en que se ha firmado un convenio de colaboración entre ambas partes, ampliando esta relación a los aspectos de la poscosecha. La concentración del poder de la demanda hortofrutícola va creciendo, el mercado internacional plantea progresivamente exigencias crecientes en los aspectos relativos a normas técnicas, residuos fitosanitarios, aspectos medioambientales y de calidad. Además, se tiende cada vez en mayor medida a consumir los productos agrícolas producidos de forma sostenible. En este contexto, es necesario ampliar la gama de productos nutricionales y técnicas de biocontrol, inocuos para el medio ambiente y el consumidor, para dar opciones de competitividad a los agricultores. Conociendo la trayectoria de Grupo Agrotecnología, la colaboración se plantea hoy en día con este objetivo común.

-¿Qué tipo de proyecto ha llevado a cabo con Grupo Agrotecnología?

-La colaboración entre Grupo Agrotecnología y el IVIA consiste en la investigación y desarrollo de determinados productos, que incluye ensayos en campo o en laboratorio. Estos ensayos abarcan desde evaluar la eficacia de determinados productos a plantear nuevas vías de investigación para la empresa.

-¿Puede puntualizar sobre trabajos más concretos que se estén haciendo?

-Actualmente estamos desarrollando varias líneas de investigación y desarrollo mediante ensayos con productos del Grupo Agrotecnología, basados en extractos naturales y de fermentación para el control en poscosecha de la podredumbre verde y azul en frutales o cítricos; la aplicación en campo de productos para proteger la granada de los golpes



JULIÁN BARTUAL
INGENIERO AGRÓNOMO

de sol o la influencia sobre la calidad poscosecha y el potencial de conservación en las condiciones de cultivo normales en la zona de Elche.

-¿Cómo ayuda este proyecto al I+D de la empresa?

-Normalmente este tipo de ensayos sirve para ayudar a las empresas interesadas en I+D a desarrollar sus productos (modo de aplicación, dosis óptima, eficacia, etc.). Para asegurarnos de la validez y rigor de los resultados que se obtienen, nuestros estudios suelen realizarse al menos durante dos años. La ventaja que ofrecemos a la empresa es la alta cualificación científica del personal que interviene en los ensayos. Esto sirve para dar garantía a las empresas sobre los resultados de sus nuevos productos y aportarles el adecuado rigor científico.

-¿Qué le parece el trabajo de Grupo Agrotecnología?

-Valoro muy positivamente en general a aquellas empresas como el Grupo Agrotecnología que quieren contrastar con institutos independientes la eficacia de sus productos y los resultados la investigación propia para el desarrollo técnico de los mismos. En estos momentos, hay una laguna legislativa con los denominados productos nutricionales y fitofortificantes. Realmente este tipo de colaboración es beneficiosa para to-

dos y, sobre todo, para el agricultor, que es el que en definitiva necesita de estos productos.

-¿Cómo considera de importante el desarrollo de I+D de las empresas en proyectos como éste?

-En España es necesario reforzar el I+D en las empresas, que además debe servir a las empresas que lo realizan para diferenciarse de aquellas que solo comercializan productos importados. El departamento de I+D es fundamental en una empresa dentro del sector de insumos agrícolas, puesto que permite a las entidades crear productos. Valoro muy positivamente este tipo de colaboración con entidades de investigación públicas o privadas.

-¿Considera importante el desarrollo de este tipo de productos respetuosos con el medio ambiente, el consumidor y el productor? ¿Qué demanda el mercado?

-Hay una creciente preocupación por parte del consumidor por la alimentación sana, por el respeto al medio ambiente. Las grandes cadenas de distribución también demandan alimentos con límites de residuos cada vez menores (LMR), todo esto hace que haya un sector incipiente y un interés creciente por este tipo de productos naturales.

-¿Cómo es la aceptación de este tipo de productos por parte de los agricultores?

-El agricultor también quiere alimentos sanos, aunque debemos reconocer que este tipo de productos requieren de un conocimiento técnico más avanzado, ya que el momento de aplicación es más determinante de la eficacia y se trata de productos preventivos en muchos casos. En este sentido, la formación del agricultor y el asesoramiento de la empresa tienen un papel fundamental. Considero que el agricultor, gracias a la masiva asistencia a jornadas y cursos monográficos, está cada vez más formado y tiene una mejor predisposición para este tipo de productos.

-¿Cómo vaticina el futuro de la agricultura para este tipo de productos?

-El futuro de la agricultura pasa necesariamente por este tipo de productos más respetuosos. La producción integrada debe ser la agricultura del presente, para un prometedor futuro, en la cual pueden convivir los productos químicos más selectivos, junto con otros de origen natural como los que ofrece Grupo Agrotecnología. Es importante que el agricultor tenga a su disposición materias activas alternativas a los fitosanitarios tradicionales que protejan las plantas cultivadas y sus frutos de plagas y enfermedades. Por otro lado, debe incrementarse la colaboración entre empresarios, universi-

Noticias

SUMA Y SIGUE

Las exportaciones de Almería sumaron más de 1.000 millones hasta mayo

LA PROVINCIA BATE ASÍ UN NUEVO RÉCORD, YA QUE, SÓLO EN EL CITADO MES, LAS EMPRESAS COMERCIALIZARON UN 24% MÁS DE PRODUCTO

■ Isabel Fernández

Las exportaciones almerienses de frutas y hortalizas marcaron un nuevo récord entre los meses de enero y mayo pasados. Así se desprende de los últimos datos elaborados por la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca de la Junta, a partir de las cifras del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX). De este modo, en los cinco primeros meses del año, Almería exportó frutas y hortalizas por un valor superior a los 1.037 millones de euros, un 8'3% más que en el mismo período de 2011 y más de 200 millones más que entre enero y mayo de 2007, año en el que se inició el crecimiento progresivo de las exportaciones. En este tiempo, las empresas de la provincia realizaron más de 20.000 operaciones comerciales, que se saldaron con la exportación de casi 1'1 millones de toneladas de frutas y hor-



■ La facturación de melón y sandía en los mercados exteriores cayó más del 6%. / FHALMERIA

talizas, un 3'2% más que un año antes. Pero esto no es todo.

Sólo en el mes de mayo, Almería volvió a batir un nuevo récord de comercialización de sus producciones en fresco en el exterior. De hecho, las cifras facilitadas por la Administración andaluza ponen de manifiesto que, en ese mes, las empresas de la

provincia exportaron 225.220 toneladas de frutas y hortalizas frescas, el volumen más alto de la historia, con un 24% más que en el mismo mes de 2011. Estas ventas sumaron, asimismo, 143'38 millones de euros, un 22'2% más.

Por sectores, las hortalizas siguen 'llevándose la palma'; tanto es así que, entre enero y mayo

pasados, Almería exportó 972.000 toneladas de hortalizas frescas, apenas un 2% más que un año antes, aunque el valor de estas ventas se vio incrementado considerablemente, hasta los 971'3 millones de euros, un 9'5% más.

Las cifras de las frutas, por su parte, entre las que destacan melón y sandía, ponen de manifies-

to la nefasta campaña de primavera. Así, si bien es cierto que el volumen comercializado en los mercados foráneos sumó un 14% más que hace un año, hasta las 122.000 toneladas, también lo es que la facturación cayó un 6'3%, pasando de los más de 70 millones de euros de 2011 a los 66'3 millones de esta campaña.

MERCADOS

Por destinos, durante los cinco primeros meses del año no se produjeron cambios significativos y, una vez más, Alemania se posicionó como el primer comprador de las frutas y hortalizas de Almería, acaparando el 28'3% del total de las ventas al exterior, valoradas en 294 millones de euros. Francia y Holanda recibieron el 14'7% y el 13'1% del total, respectivamente, de las exportaciones de frutas y hortalizas almerienses.

El tomate, una vez más, volvió a ser la hortaliza más internacional de la provincia, con exportaciones valoradas en 311'6 millones de euros, el 24'3% del total. Tras él se situaron los pimientos, con el 20'1%, y los pepinos, con el 10'4%.

Almería es, hoy por hoy, la primera potencia exportadora de hortalizas frescas de España, con más del 43% del total de las ventas del país en el exterior. En el caso de las frutas, la provincia ocupa el tercer puesto, sólo por detrás de Huelva y Valencia.

REUNIÓN FIN DE CAMPAÑA

HORTYFRUTA considera que la producción y la comercialización hortofrutícolas están estancadas

■ I. F. G.

La Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA) considera que, hoy por hoy, todos los indicadores apuntan a un estancamiento del sector, tanto en la producción como en la comercialización y, por ello, es preciso dar los pasos necesarios para salir de esta situación. Así lo afirmó Jerónimo Molina, presidente de FAECA, durante la reunión de fin de campaña de HORTYFRUTA, un encuentro en el que analizó la situación actual de la horti-

cultura andaluza. Para Molina, la excesiva atomización del sector sigue siendo uno de sus principales males y, de no 'erradicarlo', éste se enfrenta a un futuro incierto.

En este sentido, explicó que, si bien es cierto que "Almería hace 30 años supo superar individualidades para comercializar" y "se llevó a cabo un proceso de unión de agricultores para crear empresas", también lo es que "ahora el sector debe pensar en llevar a cabo otro gran cambio de esta índole, que pasa irremediamente por la unión de empresas para crear empresas más

grandes que permita a la oferta adaptarse a la demanda". "El sector debe dar ese salto para continuar", concluyó.

Precisamente para lograr estos procesos de concentración trabajará la Interprofesional en los próximos años; de hecho, ésta es una de las líneas que, tras la reunión, se incluyó en su nuevo Plan Estratégico, con el que ésta persigue convertirse en "un lobby de presión a nivel nacional e internacional" que le otorgue el poder suficiente para dialogar con las distintas administraciones en temas que afecten al

sector. El objetivo es "buscar una mejor rentabilidad del sector".

Junto a esta apuesta firme por la concentración de la oferta, desde HORTYFRUTA afirmaron que seguirán trabajando para conseguir un cambio en materia de competencia que permita aportar mayor transparencia y coherencia entre las medidas impuestas por la Comisión Nacional de la Competencia (CNC) y la organización real del sector, siempre "dentro de la jurisdicción de esta organización". En esta misma línea, continuarán planteando una Ley de Márgenes

Comerciales que redunde en beneficios para todos los eslabones de la cadena.

Por otro lado, desde la Interprofesional indicaron que abordarán la mejora de la calidad y el sabor de productos como, por ejemplo, el tomate y el melón. En este sentido, especificaron que se estudiará la posibilidad de incorporar nuevas variedades comerciales para buscar una mayor calidad y más garantías. Junto a esto, trabajarán para seguir progresando en la implantación de la tipificación.

Por último, HORTYFRUTA prevé establecer un sistema de información interno que sea capaz de coordinar y anticipar posibles crisis alimentarias, así como trabajar en la mejora de la higiene rural o el análisis exhaustivo de las tendencias de mercado.

INFORMACIÓN

La Concejalía de Agricultura de Adra recuerda la necesidad de limpiar las explotaciones

■ R. Villegas

Con la recta final del ejercicio 2011-2012, la Concejalía de Agricultura del Ayuntamiento de Adra ha emprendido una campaña de concienciación entre el sector agrícola abderitano para recordar la importancia de limpiar las explotaciones según la normativa vigente. Por ello, desde la Concejalía han colocado una serie de carteles informativos en semilleros, alhóndigas, cooperativas, almacenes de suministros agrícolas, así como en comunidades de regantes y en todos los espacios relacionados con el campo. En concreto, han trasladado a los productores del municipio la necesidad de llevar los restos vegetales, plásticos o residuos agrícolas de otra naturaleza a las plantas de tratamiento destinadas a tal efecto.

Para el concejal de Agricultura abderitano, Francisco López, “la buena limpieza de las explotaciones agrícolas contribuirá a conservar nuestro entorno natural, evitando plagas y teniendo un estado sanitario adecuado”. Del mismo modo, como ha asegurado, con estas buenas prácticas “conseguiremos mantener una buena

imagen de nuestro campo y nuestro municipio, con la importancia que esto supone para la época estival”.

Como han explicado desde la Concejalía de Agricultura, los ciclos de producción en este municipio de la comarca del Poniente almeriense son “más cortos que en otras zonas de la misma zona”. Así, la recogida de los productos estrella de la campaña de primavera, como son el melón y la sandía, se solapan prácticamente con la siembra de otros cultivos para la campaña de otoño, principalmente pimiento, que ya ha comenzado en fincas de Adra.

Por todo ello, para el concejal de Agricultura del Ayuntamiento de Adra, Francisco López, “por ello la limpieza de las explotaciones agrícolas es vital para la higiene rural, así como para que los agricultores no tengan problema alguno en el inicio del crecimiento de las plantas”.

No es ni la primera ni será la última campaña de concienciación que emprende el Ayuntamiento de Adra para recordarle a los productores la importancia de mantener una excelente higiene rural.

UN MAL AÑO AGRÍCOLA

Níjar cierra la campaña condicionada por las heladas

■ Isabel Fernández

“La campaña en la comarca de Níjar ha estado muy condicionada por las heladas y, al final, ha sido mala”. Así de contundente se mostró José Requena, concejal de Agricultura y Medio Ambiente del Ayuntamiento de Níjar, quien lamentó que las bajas temperaturas provocaron, además, “la concentración de gran parte de la producción” y, claro, esto se tradujo en “bajos precios”. Los primeros compases de la campaña en la zona estuvieron marcados, precisamente, por las heladas que, en algunos casos, obligaron a los productores de tomate a arrancar sus cultivos y poner, quizás antes de lo previsto, sus plantaciones de sandía. Estas sandías más tempranas, una vez iniciada la recolección, no tuvieron suerte y, de hecho, si algo caracterizó el comienzo de su ejercicio fueron las bajas cotizaciones.

Caso similar es el del tomate. Quienes no arrancaron las plantas como consecuencia de los daños de las heladas se enfrentaron, más adelante, con la llegada del calor, a importantes concentraciones de producción que, según Requena,



■ Cultivo de tomate.

“hundieron el precio”. “Todo el género se concentró en las mismas semanas”, explicó el concejal nijareño, quien añadió que esto provocó “bajas cotizaciones”.

Este balance tan negativo contrasta, a priori, con la campaña aceptable de la que hablan las organizaciones agrarias. José Requena se refirió también a este asunto y dijo que, “debido al clima tan extremo que tenemos en la comarca, con temperaturas muy bajas, en determinados momentos, y muy al-

tas en otros, cuando se hacen balances a nivel provincial, por norma general, no son aplicables a la agricultura de Níjar”. Requena lamentó que, con ésta, son ya tres las campañas en negativo que acumulan los agricultores de la zona, lo que dificulta, cada vez más, la puesta en marcha de la siguiente campaña. En cualquier caso, “ya estamos trabajando en la limpieza de las fincas y preparando todo para empezar a sembrar de nuevo en agosto”.

Por otro lado, el concejal de Agricultura del Ayuntamiento de Níjar se refirió al interés mostrado por varias empresas para hacerse cargo de la gestión de los residuos agrícolas del municipio. En este sentido, comentó que “son muchas las empresas que han venido con soluciones para el tratamiento”, sin embargo, “de momento, no hay ningún proyecto en firme”. Desde el Ayuntamiento de Níjar continúan trabajando en esta línea, cuyo objetivo es ofrecer soluciones reales para el tratamiento de residuos vegetales y que “no supongan un alto coste para el agricultor”. “Soluciones caras hay muchas -dijo Requena-, pero ésas no nos interesan”.

AYUNTAMIENTO DE ALMERÍA

La capital refuerza la vigilancia para mantener la higiene rural

■ I. F. G.

El Área de Medio Ambiente y Agricultura del Ayuntamiento de Almería ha intensificado la vigilancia y control sobre los caminos rurales de su término municipal con la intención de mantenerlos limpios y, de este modo, hacer cumplir la normativa existente en la Ley de Sanidad Vegetal. En este sentido, Esteban Rodríguez, concejal delegado del Área en el Consistorio de la capital, explicó recientemente que el Ayuntamiento ha sancionado a una veintena de agricultores que, tras ser alertados de su incumplimiento, no hicieron lo necesario para subsanar el problema.

En esta línea, explicó que el Consistorio “ha incoado los expedientes sancionadores correspondientes por distintos motivos, entre los que destacan las quemadas indiscriminadas, el incumplimiento de los



■ Esteban Rodríguez. / FHALMERÍA

plazos de limpieza establecidos y los vertidos ilegales de residuos”. Asimismo, insistió en que “es necesario hacer un esfuerzo colectivo para mantener la limpieza y la seguridad rural en su totalidad”, algo por lo que “el servicio de agricultura municipal velará en su totalidad”. Por último, el concejal delegado recordó a los productores que deben llevar sus restos vegetales a las plantas de tratamiento.

ACTUACIONES

La Junta mejora dos vías rurales en La Mojonera con ‘Encamina2’

■ R. V. A.

La Junta de Andalucía ha iniciado las obras de mejora de dos caminos rurales en La Mojonera y sin coste alguno para el Ayuntamiento de la localidad, que es el titular de los mismos. La actuación, que se enmarca dentro del Plan ‘Encamina2’ de la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, consiste en la mejora, concretamente, de las vías rurales Solera y La Torrecilla.

El presupuesto de ejecución de las obras es de casi 177.000 euros y, en total, la Junta va a arreglar casi 3.000 metros lineales, en concreto 1.102 en el camino de Solera y los 1.800 restantes en el de La Torrecilla. Desde la Junta han confirmado que se realizarán trabajos de remoción, perfilado y compactación, y se cons-



■ Camino rural de La Mojonera que se va a mejorar. / FHALMERÍA

truirán sendos firmes con aglomerado en caliente. Las obras, que tienen un plazo de ejecución de seis meses, permitirán mejorar el acceso a decenas de explotaciones. Desde la Junta destacan cómo responden con el Plan ‘Encami-

na2’ “a las demandas de agricultores y ganaderos que necesitan mejorar los accesos a las explotaciones agrarias y forestales, mejora que redundará en el incremento de la competitividad y la dinamización de dichas explotaciones”.

A LA VANGUARDIA

MedHermes demuestra todas las ventajas de su nuevo tomate cherry Gregory F1



■ El general manager de MedHermes, Alfredo Amoroso, durante la clausura de la 'Gregory Party'.



■ Tomate cherry Gregory F1 en ramo. / FHALMERÍA

de productividad, reduce el coste de mano de obra un 15 por ciento en la gestión agronómica de la planta y, además, también destaca sobre las otras dos por su precocidad, tolerancia a las bajas temperaturas en el ciclo largo y por la rusticidad de la planta en ambientes mediterráneos.

En resumen, las ventajas agronómicas de Gregory F1 demuestran un importante incremento de la rentabilidad en los cultivos de este cherry respecto a los tomates Test 1 y Test 2, dos productos líderes en el mismo segmento de mercado.

Cugnata, por otra parte, se encargó de describir los aspectos comerciales de los frutos y ramos del nuevo cherry, también comparándolos con el Test 1 y el 2. Así, a través de esos datos, se llegó a la conclusión de que Gregory F1 ofrece mayor elegancia del ramo, un sabor mayor con un regusto de verdadero cherry, además de ser un larga vida después de su recolección a niveles máximos del mercado, tanto los frutos como el ramo. En definitiva,

conjugando la alta resistencia al cracking y la elevada vida postcosecha de los frutos, con un sabor excelente y un color brillante, Gregory F1 resulta más competitivo en el mercado que las otras dos variedades comparadas líderes en ese segmento, como son el Test 1 y el Test 2.

La intervención final corrió a cargo del general manager de MedHermes, Alfredo Amoroso, que destacó el carácter mediterráneo de la casa de semillas y puso el acento en la importancia de la investigación genética para crear innovación y, por lo tanto, desarrollo y crecimiento en el sector hortícola.

Mucha importancia, finalmente, se está poniendo en la naturaleza internacional del proyecto de MedHermes, así como en su misión empresarial, como es el redescubrimiento de los sabores tradicionales de las hortalizas mediterráneas del pasado, un factor que puede resultar fundamental para el despegue definitivo de las zonas de producción hortícola italianas y españolas.

LA PRESENTACIÓN TUVO LUGAR CON UNA 'GREGORY PARTY' EN LA ESTACIÓN EXPERIMENTAL QUE TIENE LA EMPRESA EN LA ISLA DE SICILIA

■ Rafa Villegas

La tarde del pasado 5 de julio, MedHermes Sementi organizó el 'Gregory Party', un evento especial dedicado al nuevo cherry, ideal tanto para recolección en ramo como suelto, Gregory F1, tomate para ciclo largo, larga vida, con cero cracking y tolerante al virus TYLCV+N.

La cita tuvo lugar en las instalaciones de la estación experimental de la empresa italiana, ubicadas en Ragusa, en las colinas del Ibleo, donde participaron aproximadamente 130 personas entre representantes de empresas agrícolas, técnicos, viveros y comerciales del sector.

La agenda del evento dio comienzo con una visita guiada de

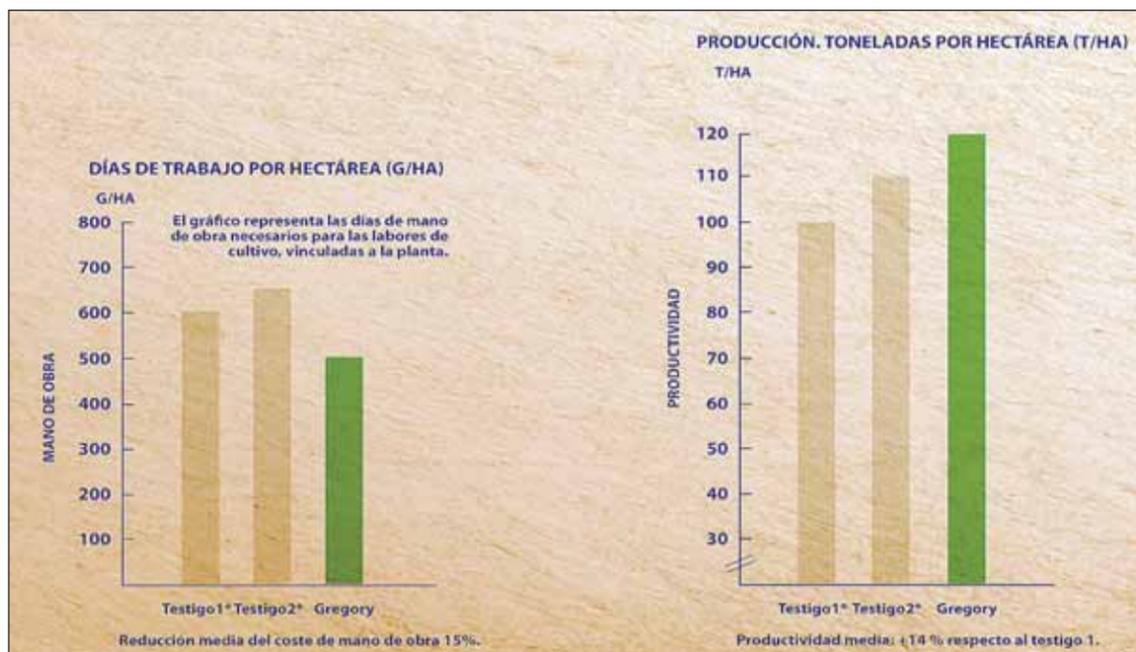
cultivos de Gregory F1 y de otras novedades de MedHermes. Posteriormente, le siguió una muestra de los tomates con degustación de esta nueva variedad incluida. Finalmente, la empresa explicó toda una serie de datos agronómicos y comerciales relativos al período de introducción del nuevo cherry en el mercado siciliano y en el internacional.

La presentación corrió a cargo del equipo técnico comercial y de marketing de la compañía sícula, concretamente intervinieron la señora Scuderi, del Departamento de Marketing y Ventas; el señor Ficili, responsable comercial del Este de Sicilia; así como el señor Cugnata, responsable comercial del Oeste de la isla.

Scuderi presentó el proyecto de MedHermes en el mundo de las semillas para el área mediterránea, Medio Oriente y África.

Ficili, por su parte, expuso una serie de datos agronómicos de Gregori F1 que comparó con los

Test 1 y 2, que son variedades de tomate de otras empresas líderes en este segmento de mercado. Lo cierto es que con el análisis comparativo se llegó a la conclusión de que la variedad de MedHermes presenta un 14 por ciento más



■ Gráfica comparativa entre Gregory F1 y dos variedades líderes de la competencia en cherry. / MEDHERMES

ASOCIACIÓN DE FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES

“A mayor información, más confianza y capacidad de elección tiene el consumidor”

POR ELLO, DESDE AECOC AFIRMAN QUE CUANTO MÁS FÁCIL SEA AÑADIR INFORMACIÓN DESDE EL CAMPO, MÁS EFICIENTE SERÁ LA TRAZABILIDAD

Isabel Fernández

La adopción de nuevas tecnologías en el ámbito de la trazabilidad está permitiendo a las empresas, según afirma Joaquín Domingo, responsable de Seguridad Alimentaria de AECOC, “trabajar con más información, con menos esfuerzo y también con mayor fiabilidad”. Pese a los avances realizados en los últimos años, reconoce que, en el sector primario, “todavía existen importantes puntos de mejora”.

-Calidad y seguridad alimentaria son dos cuestiones que preocupan no sólo al consumidor, sino también a productores y distribuidores. A la hora de garantizar ambas, ¿qué papel juega la trazabilidad?

-En realidad, la trazabilidad, en sí misma, no puede evitar que haya problemas o incidentes en lo que respecta a la calidad o seguridad alimentaria de los productos que se producen y/o comercializan, para ello existen otros mecanismos de prevención y control. No obstante, sí que es un elemento clave a la hora de reducir el impacto de las mismas, sobre todo porque permite a las empresas trabajar con mayor rapidez y eficiencia en este tipo de situaciones. Un buen sistema de trazabilidad facilita el análisis de las causas del incidente, minimiza el alcance del problema, ayuda a la localización de los productos afectados, reduce las consecuencias en base a una mejor localización de los productos y aumenta la velocidad de respuesta.

-En los últimos años, las nuevas tecnologías de la información están jugando un papel cada día más importante en la vida de todos. ¿También han llegado a la trazabilidad alimentaria?

-La trazabilidad no ha sido una excepción en el desarrollo y adopción de las nuevas tecnologías. Desde un nuevo hardware que permite etiquetados mejores y más económicos, aplicaciones de software que facilitan la gestión y localización de los productos en almacenes y centros logísticos, nuevas tecnologías

JOAQUÍN DOMINGO
RESPONSABLE DE SEGURIDAD ALIMENTARIA DE AECOC



tipo RFID que aportan mayor información sin necesidad de contacto directo entre el lector y la etiqueta, lecturas de códigos BIDI con el teléfono móvil que aportan informaciones adicionales... Son algunas de las evoluciones que se están implantando actualmente.

-¿Hasta qué punto las nuevas tecnologías han venido a mejorar y facilitar todos estos procesos?

-La adopción de nuevas tecnologías en este ámbito está permitiendo a las empresas trabajar con más información, con menos esfuerzo -al ser procesos automatizados- y también con mayor fiabilidad, evitando así errores propios del manejo e intercambio manual de información. Y es que, en términos generales, la automatización de los procesos genera mejores operativas, reduce costes y aporta mayor seguridad.

-¿Qué cree que supone el hecho de que el consumidor tenga más información sobre el producto?

-Fundamentalmente, el hecho de que el consumidor tenga más información sobre los productos se traduce en dos importantes beneficios: confianza y capacidad de elección. La confianza se genera a partir de

una información completa, veraz y transparente por parte de fabricantes y distribuidores. Justamente con ese objetivo AECOC ha presentado recientemente un nuevo servicio, eScan, que permite al consumidor acceder, a través del móvil, a información sobre composición y valores nutricionales de los productos que va a adquirir o consumir. Esta misma información, junto con la formación de los consumidores en los diferentes aspectos relacionados con la alimentación, les confiere mayor capacidad de elegir los productos que más se adecúan a sus necesidades o expectativas.

-La trazabilidad no es sólo un proceso industrial, sino que el seguimiento del producto arranca, directamente, para frutas y hortalizas, en el campo, ¿no es así?

-Como bien se dice, la trazabilidad tiene por objeto hacer el seguimiento del producto de la granja a la mesa o, en este caso, del campo a la mesa. La trazabilidad debe ‘arrancar’, por tanto, en los productos recogidos del campo, incluyendo su paso por los operadores logísticos hasta llegar al punto de venta. Si bien toda-

vía existen puntos de mejora en el sector primario, se está avanzando de forma importante, en este sentido, en los últimos años.

-¿Cuáles son, hoy por hoy, algunas de las principales herramientas con las que se cuenta?

-Actualmente, la trazabilidad se puede garantizar de muchas maneras. A los tradicionales sistemas de registro manual, se han sumado los sistemas de identificación e intercambio de información basados en el código de barras GS1-128, que, además, se puede complementar de un modo muy eficiente mediante el uso del sistema EDI (Intercambio Electrónico de Datos), que permite incrementar información asociada de gran valor. Asimismo, y más recientemente, se han incorporado también los tags de radiofrecuencia (RFID).

-AECOC introdujo en España el uso del código de barras, ya más que implantado pero, en el caso de frutas y hortalizas en fresco, ¿con qué sistemas se cuenta?

-Ciertamente, en el caso de los productos frescos, la adopción de los sistemas de identificación e intercambio de información que AECOC

promueve y desarrolla en España no es tan amplia como el caso de alimentación seca, si bien las oportunidades que brinda son, por supuesto, muy amplias. En este sentido, las empresas hortofrutícolas tienen aún un amplio recorrido en la adopción de los estándares de identificación mediante código de barras o el EDI y los beneficios que de ésta se derivan.

-Cambiando de tema, ¿a qué retos cree que se enfrenta la industria alimentaria?

-En la actualidad, tanto la industria como la distribución alimentaria trabajan para ofrecer al consumidor la mejor oferta de valor posible. Para ello, se enfrentan a retos tan prioritarios como eliminar costes innecesarios para ganar, día a día, en eficiencia y competitividad; un objetivo en el que las prácticas de eficiencia y desarrollos tecnológicos que AECOC promueve y desarrolla juegan un papel fundamental. De igual modo, la innovación, en el más amplio sentido de la palabra, y la internacionalización son también dos importantes palancas de crecimiento en un escenario como el que atravesamos.

-¿Qué supone, bajo su punto de vista, el trabajo conjunto de fabricantes y distribuidores?

-El trabajo conjunto de fabricantes y distribuidores aporta incuestionables ventajas a la hora de impulsar una cadena de valor sin fisuras y de responder con eficacia al consumidor. No hay que olvidar que esa concepción global de la cadena es del todo clave en procesos tan importantes como el intercambio de información o a la hora de garantizar el correcto flujo de mercancías, la optimización de los procesos logísticos y de transporte, la correcta planificación y gestión de la demanda, etc.

-¿Es posible seguir mejorando la trazabilidad en frutas y hortalizas?

-Se puede mejorar tanto desde el punto de vista de sensibilización para aquellos colectivos que todavía no tiene implantados sistemas suficientemente eficaces, como desde el punto de vista técnico. Cuanto más fácil sea poder incorporar el máximo de información desde el momento de la recolección, más eficiente será el sistema de trazabilidad que tengamos a nuestra disposición.

MALOS TIEMPOS

El precio de la leche de vaca en origen arruina al ganadero

EN MAYO SE SITUÓ EN 30 CÉNTIMOS DE EURO POR LITRO. UPA CULPA A INDUSTRIA Y A LA DISTRIBUCIÓN DE LA CAÍDA DE LA COTIZACIÓN

■ **Rafa Villegas**

La situación de los productores de leche de vaca es crítica. Desde el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA), su titular, Miguel Arias Cañete, ha reconocido que la caída en picado de los precios de este producto en origen no se deben a la estacionalidad. Desde la organización agraria Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos (UPA) aseguran que las cotizaciones de la leche cayeron en mayo otro 2,5 por ciento, descenso muy similar al registrado en el mes de abril, situando los precios medios en España en los 0,3095 euros por litro, sin duda uno de los más bajos de la Unión Europea.

Además, a ello se le une la subida de los piensos que, según ha explicado el secretario de Ganadería de la organización, Román Santalla, la subida ha sido en mayo y junio de "cerca de 13 euros por tonelada, en comparación con el mes



■ **Vacas lecheras.** / FHALMERÍA

de abril, superando por primera vez en la historia el precio pagado al productor por su leche, además, los precios de la energía también han subido en los últimos años más del 60 por ciento".

Para Santalla, está claro que se trata de una estrategia de la industria y la distribución para "cargar a las espaldas de los productores sus márgenes de beneficio". Ade-

más, considera que "se están poniendo nerviosos ante el futuro escenario de obligatoriedad de los contratos homologados a partir de octubre y se han planteado llegar a esa fecha con unos precios ruinosos para los ganaderos".

Mientras tanto, la Comisión Europea se ha quitado el problema reenviando la discusión del mismo al próximo mes de julio.

NUEVOS HORIZONTES

El jamón local conquista Japón, República Dominicana y México

■ **R. V. A.**

El sector cárnico almeriense está registrando, según los datos que baraja la Delegación de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, unos datos muy positivos este año. Así, sin ir más lejos, ha pasado de exportar, en enero y febrero, la totalidad del producto destinado al extranjero a Andorra a conquistar nuevos mercados.

Concretamente, en los meses de marzo y abril, más del 20 por ciento del total de jamón almeriense exportado se destinó a países más lejanos, como es el caso de República Dominicana (10 por ciento), México (6,6) y Japón (4,3 por ciento). Por consiguiente, el porcentaje de envío a Andorra ha descendido hasta el 79,1.



■ **Jamón de Alcóntar.** FHALMERÍA

Entre enero y abril, las empresas cárnicas almerienses han comercializado en el exterior 29.000 kilos de productos, de los que más de 16.000 son jamón y paleta y el resto carnes frescas y embutidos. Este volumen de producto supo-

ne un 81 por ciento más que en el mismo período del año anterior, incremento que se explica, principalmente, por las ventas de embutidos, cuyo valor ha crecido un 254 por ciento.

Del mismo modo, la exportación de jamón y paleta ha crecido un 13 por ciento en los cuatro primeros meses del año (16.700 kilos), volumen que ha alcanzado un valor de 109.000 euros, un 11,5 por ciento más que en el período de referencia de 2011.

Respecto a la comercialización de animales vivos y sus productos en el exterior, Almería ha vendido hasta enero 1,3 millones de kilos, un 3,2 por ciento menos que en el primer cuatrimestre de 2011, pero con un incremento del precio del 78 por ciento.

ACTUACIONES

La Guardia Civil inmoviliza más de 3.800 medicamentos veterinarios caducados

■ **R. V. A.**

Agentes del Equipo del Servicio de Protección de la Naturaleza (SEPRONA) de la Guardia Civil con base en Almería están llevando a cabo inspecciones, desde el pasado mes de abril, en distintos comercios dedicados a la venta y distribución de medicamentos veterinarios en la provincia. Con tan solo siete de ellas, llevadas a cabo en establecimientos, clínicas veterinarias y explotaciones ganaderas de Almería, Albox, Alhama de Almería, Huércal Overa, Níjar y Vera, han descubierto e inmovilizado más de 3.800 envases de medicamentos veterinarios caducados.

Del mismo modo, el SEPRONA imputa a un total de cinco personas la autoría de diferentes delitos de falsedad documental e intrusismo profesional. Además, han logrado detectar 27 infracciones administrativas, que, como no podía ser de otra manera, han sido remitidas a la Delegación de Agricultura y Pesca

de la Junta de Andalucía en Almería y a la Subdelegación de Gobierno de Almería.

Como resultado de estas actuaciones, cabe destacar las actuaciones realizadas en dos de estos establecimientos dedicados a la comercialización y distribución de medicamentos veterinarios y otros productos zoonos, donde los agentes inmovilizan alrededor de 3.500 envases de medicamentos caducados en la primera y 195 en la segunda, así como la imputación de cinco personas por diferentes delitos de falsedad documental e intrusismo profesional.

En el primer establecimiento imputan al dueño la comisión de un presunto delito de falsedad documental e inmovilizan los medicamentos caducados. En el segundo imputaron a cuatro personas por falsedad documental.

Los agentes de la Guardia Civil del SEPRONA continúan con las inspecciones en diferentes establecimientos de la provincia, no descartando nuevas imputaciones por hechos similares.

COSTES DE PRODUCCIÓN

Los piensos suben un 14% desde abril y lastran la renta de los ganaderos

■ **R. V. A.**

Desde la Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos (UPA) no han dudado en calificar de "insostenible" la situación que sufren los ganaderos españoles debido a la ingente subida de los costes de producción.

Para exponer el problema, una delegación de UPA se ha reunido con el director general de Producciones y Mercados Agrarios, Carlos Cabanas. Y es que, como han asegurado desde la organización agraria y ganadera, "los desequilibrios en la cadena agroalimentaria se suman a una subida sin precedentes de los costes de producción, fundamentalmente los de alimentación del ganado".

Lo cierto es que la cotización de la soja, como ha asegurado el secretario de Ganadería de UPA, Román Santalla, "bate records históricos cada día". Además, los piensos han subido más de un 14 por ciento desde el mes de abril y los ganaderos, como ha explicado Santalla, se ven "incapacitados para trasladar esas subidas hacia delante, por lo que asumimos por completo la pérdida de rentabilidad".

UPA ha pedido al Ministerio de Agricultura un debate intenso sobre los "dramáticos efectos" que tiene sobre la ganadería la escalada de los costes de producción, así como que ejerzan una gran influencia en Bruselas para que la nueva PAC no perjudique a la ganadería española.

i + D

MEJORAN LAS PROPIEDADES DEL PRODUCTO

Nuevo envase de plástico con aditivos vegetales para conservar frescas las verduras

■ E. S. G.

La empresa granadina Domca ha obtenido aditivos de origen vegetal que se incorporarán a un envase de plástico biodegradable para conservar las frutas y verduras frescas listas para el consumo. En este sentido, a través de una nota, la Fundación Descubre ha informado de que la investigación desarrollará un envase activo y biodegradable para productos alimentarios recién cortados elaborado con un termoplástico al que se añaden moléculas de origen natural microencapsuladas. Al respecto, los investigadores han demostrado que estos aditivos mejoran las propiedades del producto, ya que aumentan el tiempo de conservación y la seguridad frente a posibles microorganismos alterantes y patógenos. Además, evitan el proceso de oxidación de las frutas y verduras que les confiere un color pardo. De hecho, la entidad proporciona

los aditivos procedentes del ajo que incorporan al envase. Para ello, los expertos obtienen estos principios a partir de un proceso de extracción orgánica desde la pasta de ajo. A partir de esta materia prima, obtienen moléculas que combaten microorganismos existentes en las frutas y verduras envasadas. Desde la Fundación Descubre han señalado que “se trata de aditivos con propiedades antimicrobianas y antifúngicas, es decir, combaten las bacterias y mohos que pueden surgir en los vegetales y provocan enfermedades como la salmonelosis”.

Hasta el momento, el principal inconveniente de las moléculas era el aroma, ya que al obtenerse del ajo conservaban su característico olor. Sin embargo, una de las novedades del proyecto es la microencapsulación, es decir, los aditivos se incorporan en pequeñas cápsulas que se insertan en los poros de la capa de plástico en contacto con los vegetales.

IFAPA CHURRIANA

Identifican los genes responsables de la variación en el aroma de la fresa

■ E. S. G.

Un equipo de investigadores del centro IFAPA Churriana ha conseguido identificar los genes responsables de la variación en el aroma de la fresa, lo que facilitará en un futuro la obtención de nuevas variedades con mejor olor y sabor. Este trabajo, que ha contado con la financiación del INIA y Fondos FEDER, ha consistido en el desarrollo de un análisis metabólico y genético de los volátiles que se producen en el fruto maduro de la fresa, lo que ha permitido identificar su posición en el genoma de este fruto.

Según afirman los investigadores, muchos de estos compuestos son los responsables

de que la fresa huelga a fresa y su identificación facilitará en un futuro el desarrollo de nuevas variedades con mayor y mejor aroma y sabor.

Además de en el aroma, los compuestos volátiles son importantes en otros procesos, como para atraer a los insectos o participar en la defensa de la planta frente a patógenos. Así, durante el estudio, los investigadores han hecho hincapié en una de estas regiones y han identificado el gen responsable de la variación en mesifurano: ‘FaOMT’, el cual contribuye con notas de caramelo al aroma de la fresa.

Junto con el IFAPA han colaborado en esta investigación dos institutos pertenecientes al CSIC.

FORMACIÓN

La UNIA oferta un máster oficial en producción ecológica

EN BAEZA TENDRÁN LUGAR LOS MÓDULOS COMUNES DE GANADERÍA Y AGRICULTURA Y EN LUGO, LOS REFERIDOS A LA SILVICULTURA

■ Elena Sánchez

La Universidad Internacional de Andalucía, UNIA, ha puesto en marcha el máster oficial en agricultura, ganadería y silvicultura ecológicas para el curso académico 2012-2013. Así, en la sede de la localidad jienense de Baeza tendrán lugar los módulos comunes de ganadería y agricultura, mientras que el referido a la silvicultura se realizará en la Escuela Politécnica Superior de Lugo. Según los organizadores, este máster, semipresencial, se realiza porque la producción ecológica en Europa está experimentando un crecimiento muy importante en los últimos años y España se ha convertido en país líder en superficie inscrita en entidades de control, en el ámbito europeo. Este máster ha sido diseñado



■ Invernadero de producción ecológica. / FHALMERÍA

para abordar el conocimiento desde un enfoque multidisciplinar, incorporando, a la visión agronómica, las aportaciones de las Ciencias Sociales y Jurídicas e incluso de las Humanidades.

Entre las titulaciones que dan acceso al máster están: Ingeniería Agronómica, Ciencias Ve-

terinarias, Ciencias Ambientales, Biología, Economía, Sociología, Antropología, Historia o Geografía. Además, también las relacionadas con sistemas de manejo sostenible de los recursos agrarios y forestales y todas las ingenierías técnicas relacionadas con la agricultura, la ganadería o la silvicultura.

EN ESTADOS UNIDOS

El Ceia3 participa en un estudio sobre la mejora genética del arándano

■ E. S. G.

El Campus de Excelencia Internacional Agroalimentaria, Ceia3, participa actualmente en un proyecto de investigación estadounidense dedicado a la mejora genética del arándano, un cultivo de gran demanda en este país. Según ha dado a conocer la entidad, el investigador José Die, del IFAPA, se ha unido al equipo con el fin de trasladar la experiencia del Ceia3 en mejora genética vegetal.

En concreto, el estudio trata de identificar los genes que regulan el estado de latencia de una planta y determinan el proceso de floración, con el objetivo de introducir mejoras genéticas en el arándano que permitan su adaptación a los diferentes climas existentes



■ Exposición de arándanos.

en el territorio estadounidense. El equipo de investigación del Ceia3 mantiene otros proyectos de mejora genética vegetal, como el desarrollo competitivo de nuevos cul-

tivares de calabacín y la ampliación de la plataforma genómica de esta planta, un cultivo de gran diversidad genética, pero poco estudiado hasta ahora.

CONSUMO DE DOS AL DÍA

La cerveza 'sin' optimiza el antioxidante de la leche materna

LAS MADRES QUE HAN SEGUIDO LA DIETA SUPLEMENTADA CON ESTA BEBIDA PRESENTARON MENOR DAÑO EN LA OXIDACIÓN CELULAR

■ Elena Sánchez

El consumo de cerveza sin alcohol puede optimizar la capacidad antioxidante de la leche materna, según concluye un estudio del Hospital Dr. Peset de Valencia. Esta investigación ha estudiado a 80 madres lactantes, de las que la mitad seguían una dieta habitual y a la otra mitad se les suplementó su dieta con dos cervezas sin alcohol al día durante 30 jornadas. La jefa de Pediatría de dicho hospital, Pilar Codoñer, ha indicado que "hemos determinado la capacidad antioxidante de la leche materna en tres momentos diferentes de la lactancia en función de su estado madurativo, al inicio o leche calostroal, a los 15 días o leche trasaccional y al mes del inicio de la lactancia, cuando la leche se denomina madura". Con ello, se ha observado "una disminución de la actividad antioxidante a medida que la leche humana va madurando, pero las madres lactantes que habían suplementado su



■ Plantación de cebada con que se hace la cerveza.

dieta con cerveza sin alcohol presentaban un menor daño en la oxidación celular, así como un aumento antioxidante, tanto en su sangre, como en su orina".

En el estudio también se ha analizado la oxidación celular en la orina de los niños en tres etapas: al nacer, a los 15 días y a los 30 días de vida y los resultados en la orina muestran que, en el momento del

parto, los niveles de marcados de estrés oxidativo están aumentados y van descendiendo a medida que avanza la lactancia.

Con todo ello, se ha podido confirmar que el aporte de cerveza sin alcohol cumple los requisitos de ser un producto natural, que incrementa el poder antioxidante de la leche humana y que disminuye el estrés oxidativo en el niño lactante.

EN CÓRDOBA

Diseñan un dispositivo de alerta para evitar el vuelco de tractores

■ E. S. G.

Una empresa cordobesa ha diseñado un dispositivo de alerta, denominado Inclisafe, para prevenir el vuelco de los tractores, una de las principales causas de muerte en el sector agrario. En este sentido, desde la Universidad de Córdoba han explicado que al trabajar en grandes pendientes, suelos irregulares y en condiciones "muy duras", se producen muchos vuelcos peligrosos, ya que el tractor "arrastra máquinas y pesos, por lo que es muy frecuente el vuelco con resultados hasta de muerte". Así, la Universidad de Córdoba ha señalado que para desarrollar el estudio se utilizó un sensor inercial embarcado en el tractor, que permitió to-



■ Tractores. FHALMERÍA

mar datos fundamentales como la velocidad y la aceleración. A partir de ahí, se creó el dispositivo de alerta, con el objetivo de que el operario de la maquinaria reduzca todo lo posible el riesgo de vuelco de su tractor.

De hecho, el dispositivo avisa al operario cuando la maquinaria se acerca a la zona de posible riesgo gracias a una serie de parámetros, como la pendiente, el tipo de terreno, la velocidad o los aperos que se han añadido al tractor. Así, cuando el tractor se acerca a la zona de riesgos, el dispositivo emite una señal sonora que será mayor cuanto más peligrosa sea la zona y más alto sea el riesgo de que el tractor vuelque.

Finalmente, cabe destacar que el dispositivo es universal y sirve para cualquier tipo de tractor y los elementos añadidos, mientras que se configura previamente con un software diseñado por la empresa cordobesa, donde se incluyen todos los datos de la maquinaria que se va a utilizar.

CÁRNICAS

El jamón envasado podrá mantener las propiedades de una pieza cortada al instante

■ E. S. G.

El Centro Tecnológico de la Carne ha presentado los avances de su proyecto de mejora del envasado de loncheado del jamón, un proyecto con el que los expertos han conseguido una tapa especial para el envase que preservaría las cualidades de color, tonalidad y aspecto del jamón ibérico y, todo ello, con el fin de que el jamón envasado mantenga las propiedades de una pieza cortada en el instante y consumirla. Del mismo modo, el estudio ha arrojado cuáles serían los mejores materiales para fabricar el envase y sobre todo se ha trabajado en el diseño de este envase para que haya el mínimo contacto entre las distintas lonchas de jamón.

La conservación del color, el alargamiento de la vida útil comercial y la lucha contra la adherencia son los retos del proyecto. Además, el uso de materiales que eviten la oxidación, eviten la rancidez y mantengan la calidad organoléptica del ja-



■ Lonchas de jamón. /COCINAYA.COM

món ibérico han sido los primeros avances presentados. Próximamente, el Centro llevará a cabo un estudio de compra entre consumidores en diferentes localizaciones de España con el objeto de obtener información para el diseño del envase del futuro.

SECTOR VITIVINÍCOLA

Un estudio sobre el genoma de la levadura contribuirá a mejorar el sabor del vino

■ E. S. G.

Un grupo internacional de investigadores ha analizado el genoma de la levadura *Dekkera bruxellensis*, a través del cual han descubierto que juega un papel importante en la producción de vino y puede tener un gran impacto en su sabor. Según han informado los científicos, la descripción del mapa genético de esta levadura ofrece una herramienta útil a los productores de vino de todo el mundo, que podrán controlar el desarrollo de su sabor. Las levaduras son un ingrediente importante en la producción de varios tipos de alimentos, incluyendo el vino. Una de estas levaduras es la *Dekkera bruxellensis*, la cual cuenta con una alta responsabilidad en la de-

finición de cerca de la mitad de los vinos tintos. Sin embargo, esta levadura también puede causar grandes pérdidas económicas a la industria vitivinícola, ya que puede producir un sabor fenólico que a menudo se describe como medicinal, así como diferentes aromas desagradables, haciendo que el vino pueda ser imposible de tomar.

Este grupo internacional de investigadores ha estudiado las bases genéticas de la levadura y las propiedades de las mismas que pueden ser relevantes para la producción alimentaria. Así, uno de los investigadores del proyecto ha explicado que el estudio "nos va a ayudar a comprender cuáles son las bases moleculares clave en las levaduras de producción de alcohol".

Universidad

CURSOS DE VERANO

Fiñana dedica dos días a la gastronomía y la viticultura

DEL 16 AL 18 DE JULIO, LA LOCALIDAD ACOGIÓ UN CURSO DE VERANO DE LA UAL PARA HABLAR DE COCINA TRADICIONAL Y DE VANGUARDIA

■ Elena Sánchez

La gastronomía y la viticultura son temas ancestrales que forman parte de la cultura almeriense y que, hoy día, siguen suscitando una gran curiosidad. Es por ello que los cursos gastronómicos y de enoturismo que realiza la Universidad de Almería son ya un clásico en su oferta. En esta ocasión, el curso 'Cocina tradicional y de vanguardia' tuvo lugar del 16 al 18 de julio en la localidad almeriense de Fiñana, con el fin de conocer los conceptos gastronómicos del pasado y del presente, unos conceptos que no están reñidos y que lo que hacen es complementar los conceptos de cocina 'de nuestra tierra'. En este sentido, en el primer día de curso se llevó a cabo una serie de conferencias relacionadas con la cocina. La primera de ellas lleva el nombre de 'Tradición y la vanguardia de la Estrella Michelin', seguida por la charla sobre la 'Cocina Popular del Almanzora', y la 'Coci-



■ Viñedos en la provincia almeriense. / FHALMERÍA

na almeriense, fusión de aromas de las tres culturas'.

El segundo día del curso estuvo más centrado en el sector vitivinícola y la importancia que éste está retomando en la provincia almeriense. Por este motivo, el 17 de julio se realizó una ponencia y un taller de cata: 'Cómo poner el vino

en valor en la hostelería'. Igualmente, habrá una mesa redonda sobre 'El desarrollo del turismo en la provincia de Almería'.

Finalmente, el cierre del curso estuvo dedicado a la cocina regional, así como a la cocina mediterránea y a las nuevas tendencias que existen hoy en día en pastelería.

OFERTA FORMATIVA

La UAL prepara un curso de Restauración Contemporánea para el mes de noviembre

■ E. Sánchez

La Universidad de Almería está preparando su nuevo programa de formación de cara al próximo curso 2012/2013. En este sentido, ya ha dado a conocer que en septiembre se abrirá el plazo de inscripción para el curso 'Experto en gastronomía y restauración contemporánea' que contará con un total de 260 horas. Las fechas de realización del curso son del 12 de noviembre de 2012 hasta el 15 de marzo de 2013, una actividad organizada por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

Este curso está dirigido a alumnos matriculados o que hayan superado el curso de 'Especialista en vinos y bebidas para la restauración', así como también a todos los alumnos que sean titulados universitarios o que acrediten una experiencia profesional de al menos dos años en el sector.

MÓDULOS

El desarrollo de esta actividad formativa constará de nueve módulos docentes: 1-La cata sensorial, teoría y aplicaciones. Aro-



■ Plato elaborado. FHALMERÍA

mas y sabores en las bebidas y en los alimentos. Prácticas de cata de vinos, cerveza, cafés, té y otras bebidas; 2-El vino. Origen, cultura y negocio. Tipos de vino según la elaboración. Clasificaciones según las legislaciones española y europea. Combinación y armonización con los platos; 3-Cerveza, licores y coctelería. Bebidas no alcohólicas; 4-Compra y gestión de vinos y bebidas de restauración; 5-Historia de la alimentación y la cocina; 6-El restaurante hoy; 7-Conocimiento de productos; 8-Seguridad alimentaria y técnicas; 9- Nociones de nutrición.

ENCUENTRO

Empresas agrícolas trasladan sus demandas tecnológicas a los investigadores universitarios

■ E. Sánchez

Un grupo de empresas almerienses del sector agroalimentario y el grupo de trabajo 'Robótica, software y hardware aplicado a empresas agroalimentarias' de la UAL han mantenido un encuentro con el fin de generar sinergias que ayuden a satisfacer las necesidades del tejido empresarial. En este sentido, la reunión de trabajo ha servido para que las entidades trasladen a los investigadores sus demandas tecnológicas y, al mismo tiempo, para que éstos conozcan

las líneas de investigación desarrolladas por los grupos, sus avances científicos y aplicaciones.

Con ello, el director de la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI), Carlos Vargas, ha destacado que la Universidad dispone de la "masa crítica de investigadores adecuada para cubrir las necesidades en tecnología de un sector, el agroalimentario, clave para el desarrollo económico de la economía almeriense y uno de los campos de mayor proyección internacional". Igualmente, Vargas ha dado a co-



■ Momento de la reunión en la UAL. / FHALMERÍA

nocer los distintos mecanismos de colaboración de las empresas con la Universidad, entre los cuales ha destacado los contratos de inves-

tigación, los proyectos colaborativos y los proyectos europeos del 7º Programa Marco de I+D de la Unión Europea. El director de la

OTRI ha explicado los servicios que la Oficina ofrece a las entidades, entre ellos, la gestión de los contratos de investigación, la búsqueda de grupos que mejor se adapten a las necesidades tecnológicas de las empresas, la detección de oportunidades de financiación internacional para las actividades de I+D+i o los nuevos servicios de alerta de convocatorias y el apoyo en la primera fase de la redacción de los proyectos colaborativos.

Según la opinión de los asistentes, el encuentro ha sido "todo un éxito", ya que ha permitido dar los primeros pasos para que el sector ponga en común sus problemas y carencias tecnológicas que les permitan llegar a acuerdos conjuntos. El análisis de todas esas peticiones dará lugar a futuras reuniones periódicas en las que se concretarán las vías de colaboración entre ambas partes.

IV y V gama

PRÓXIMA CAMPANA

Hortofrutícola Costa de Almería quiere expandir QDelicias por toda España

DESDE LA EMPRESA AFIRMAN ESTAR "MUY SATISFECHOS" CON LOS RESULTADOS DE SUS PIMIENTOS ASADOS EN SU AÑO DE LANZAMIENTO

■ Isabel Fernández

Hortofrutícola Costa de Almería quiere expandir su línea de V gama QDelicias por todo el país. Así lo dijo Luis Cañadas, adjunto a Gerencia de la empresa, quien afirmó que, de hecho, ésta es una de sus "prioridades" de cara a la próxima campaña, junto con "crecer en nuevos mercados en los que ya hemos introducido este producto". Cañadas comentó, asimismo, que el que está a punto de terminar ha sido el ejercicio



■ Pimientos asados QDelicias. / FHALMERÍA

de la "puesta en marcha y ajuste" de esta nueva línea de negocio; en cualquier caso, reconoció que están "muy satisfechos" con la aceptación hasta la fecha de sus pimientos asados. Productos que han promocionado en diferentes eventos del sector tanto a nivel nacional como a nivel internacional en esta campaña.

El adjunto a Gerencia de Hortofrutícola Costa de Almería recordó, por otro lado, que su Departamento de I+D sigue trabajando para ampliar la gama de preparados. En este sentido, apuntó que "estamos desarrollando nuevos productos de diferentes colores y que lanzaremos en cuanto alcancemos el nivel de calidad que ya tenemos en nuestros pimientos asados rojos".

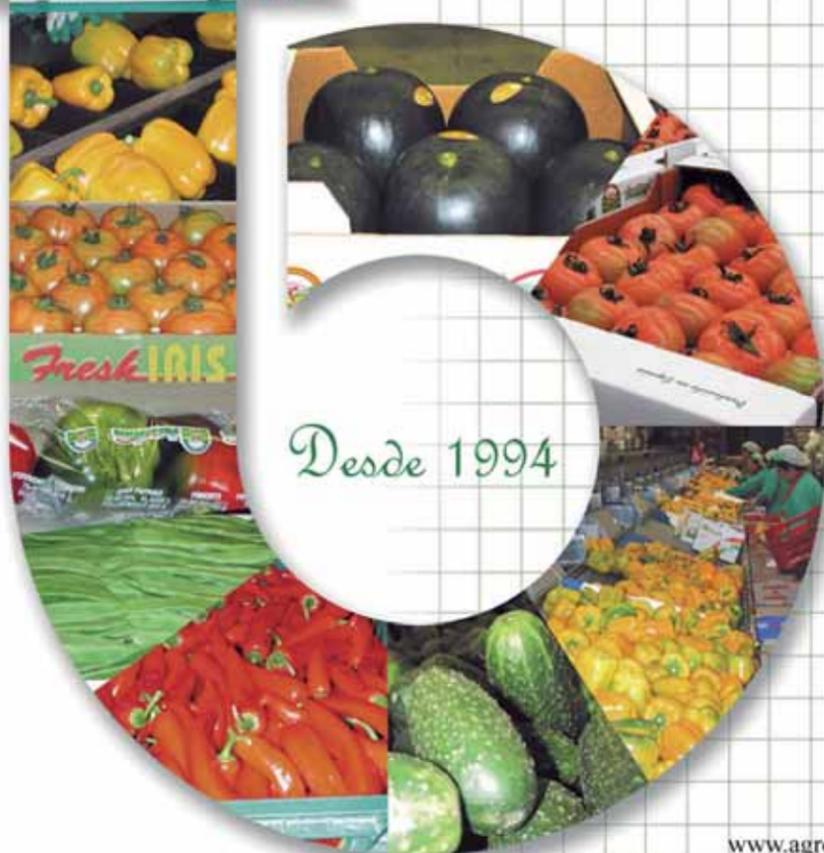
EN 2011

Cada español consumió 22'5 litros de zumo el año pasado

■ Isabel Fernández

El consumo medio per cápita de zumo en España se situó en 22'5 litros en 2011. Así lo expuso Juan Ramón Ugarte, presidente de ASOZUMOS, durante la celebración del 'Día Mundial del Zumo'. Con esta cifra, los españoles se sitúan entre los principales consumidores europeos de este producto, sólo por detrás de Alemania. Asimismo, y de forma mucho más general, España se convirtió en 2011 en el cuarto mercado europeo de zumos, con 1.068 millones de litros; Alemania, Francia y Reino Unido ocuparon el primer, segundo y tercer puesto, respectivamente. El consumo español de zumo está muy estabilizado desde 2007.

AGROIRIS



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

Legislación

APOYO

El MAGRAMA convoca ayudas para formación en los pueblos

■ I. F. G.

El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente ha convocado ayudas, para el ejercicio 2012, destinadas a programas plurirregionales de formación y que tienen como objetivo potenciar el desarrollo y mejorar la cualificación de los profesionales del medio rural. Estas ayudas, dirigidas a agricultores, ganaderos, emprendedores, directivos y otros profesionales y trabajadores integrados en el medio rural, contarán con un importe total máximo de 5.632.000 euros.

Según recoge la orden ya publicada en el Boletín Oficial del Estado (BOE), podrán beneficiarse de estas ayudas las organizaciones profesionales agrarias de carácter general o asociaciones de mujeres del medio rural, entre otros.

DESDE EL 1 DE JULIO

La agricultura ecológica de la UE tiene nuevo logotipo

■ I. F. G.

Desde el pasado 1 de julio, la producción ecológica de la Unión Europea (UE) cuenta con un nuevo logotipo de uso obligatorio para identificar los alimentos que han sido producidos en base a los protocolos de ecológico en vigor. Junto, habrá que identificar, obligatoriamente, al organismo de control con el código correspondiente, además de poner la mención 'Agricultura UE/No UE', según el origen de las materias primas.

El nuevo logo será de uso obligatorio en los productos envasados con la categoría de agricultura ecológica y transformados con al menos el 95% de los ingredientes de origen agrario ecológico. Asimismo, su uso estará prohibido en los productos en conversión.

FDSFASFAS

COAG dice que Marruecos "chantajea" a la UE y sigue sin ratificar el acuerdo

CUATRO MESES DESPUÉS DE QUE LOS VEINTISIETE DIERAN 'LUZ VERDE' AL NUEVO PROTOCOLO, EL PAÍS ALAUITA SIGUE SIN DARLE SU VISTO BUENO

■ Isabel Fernández

COAG lamenta que, cuatro meses después de su ratificación por parte del Parlamento Europeo (UE), Marruecos siga sin dar su visto bueno al renovado protocolo de asociación con los Veintisiete. Una actitud que desde la organización agraria, su responsable estatal de Frutas y Hortalizas, Andrés Góngora, sólo persigue "chantajear" a la UE. Bajo su punto de vista, "la ratificación o no del acuerdo no perjudica a Marruecos porque ellos continúan vendiendo sus productos de una forma u otra en Europa sin apenas control". Mientras tanto, el país alauita gana tiempo y "continuará reclamando un mejor trato comercial, cuando se acaba de cerrar una negociación o mejoras de palnes de ayudas de la UE a Marruecos, como, por ejemplo, el Plan Marruecos Verde"; todo ello, según Góngora, a costa del



■ Andrés Góngora (dcha.) en un encuentro reciente con el ministro Arias Cañete (izq.). / FHALMERÍA

sector hortofrutícola comunitario, que "vuelve a verse utilizado como moneda de cambio".

Según COAG, desde el Gobierno de Marruecos explican que la ratificación no se ha llevado a cabo porque están viviendo un proceso de reestructuración en el Parlamento, coincidiendo con la primavera árabe, que los deja sin tiempo. "Eso no se lo cree nadie", cri-

tica Góngora, quien insiste en que "el Gobierno de Marruecos tiene otros intereses, como, por ejemplo, evitar que la UE ejerza sobre sus exportaciones el control que exigimos". En este sentido, insiste en que desde su organización agraria se van a mantener firmes en la actual propuesta de modificación de los precios de entrada, algo que, para COAG, sería un paso

para controlar y vigilar los productos procedentes de terceros países e ir mucho más allá en un futuro inmediato.

Por último, el responsable Estatal de Frutas y Hortalizas de COAG apeló al Ejecutivo español, del que dijo que "tiene en su mano la oportunidad de defender a un sector que tiene profundamente abandonado a las políticas europeas".

ALGUNAS CC. AA. PRETENDEN ELIMINAR SUS AYUDAS A LA CONTRATACIÓN

La dotación ministerial para seguros agrarios supera los 252 millones para este año

■ I. F. G.

El subsecretario del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA), Jaima Haddad, anunció recientemente, en la clausura de unas jornadas de COAG sobre seguros agrarios, que el MAGRAMA prevé destinar una partida de 252'6 millones de euros para el sistema de pólizas. Un sistema que, para el Ministerio, es "uno de los pilares básicos de su política agraria". Haddad llamó la atención sobre el hecho de que, a pesar de los ajustes presupuestarios, "en el caso de las subvenciones a los seguros agrarios, éstos han sido mí-

nimos, con el claro objetivo de poder mantener los niveles de subvención a la contratación, que se sitúa en torno al 43% del coste de la póliza". Asimismo, instó a las Comunidades Autónomas (CC. AA.) a mantener el apoyo a los sistemas de seguros agrarios, dada su "importancia", algo que, a su juicio, ya quedó patente esta campaña tras la sequía y las posteriores heladas.

El subsecretario del MAGRAMA hizo estas declaraciones después de que las organizaciones agrarias ASAJA, COAG y UPA y las Cooperativas Agro-Alimentarias de España dieran la voz de alarma ante la intención por parte de algunas CC.



■ Las heladas y la sequía mermaron muchos cultivos. / FHALMERÍA

AA. de eliminar su apoyo a la contratación. Según apuntaron las organizaciones, en un comunicado conjunto, "la retirada de los apoyos autonómicos al seguro agrario supondría un encarecimiento des-

orbitado de la primas, hasta el punto de hacer inasumible la contratación para una gran parte de los productores". Por ello, han solicitado una reunión urgente con el ministro Arias Cañete.

Medio ambiente

RECICLAJE

“Los agricultores reciclan la mitad de los envases puestos en el mercado”

SIGFITO YA HA DADO LOS PRIMEROS PASOS PARA, ADEMÁS DE RECIPIENTES DE FITOSANITARIOS, RECOGER OTRO TIPO DE ENVASES AGRÍCOLAS

■ Isabel Fernández

“Los agricultores reciclan más de la mitad de los envases puestos en el mercado”. Así lo afirmó Rocío Pastor, directora general de Sigfito, durante el acto de conmemoración del décimo aniversario de este sistema de recogida, que tuvo lugar en el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Pastor analizó los diez años de vida de Sigfito; tiempo en el que, según comentó, este sistema de recogida “ha tenido una gran evolución, acompañado de un importante crecimiento”. De este modo, explicó que “cuando empezamos hace una década sólo disponíamos de 270 puntos de recogida en toda España”, mientras que, “en la actualidad, tenemos una red de más de 2.800 puntos que colaboran diariamente con el sis-



■ Acto de conmemoración del 10º aniversario de Sigfito.

tema”. En esta misma línea, se refirió a los agricultores, de quienes dijo que “cada año están más comprometidos con el medio ambiente” y, de hecho, “en 2002, apenas recogimos un 4% de envases”, mientras que, “hoy ya, los agricultores reciclan más de la mitad

de los envases puestos en el mercado”.

MAYOR SERVICIO

Por otro lado, Pastor aprovechó la oportunidad para anunciar de manera oficial que desde Sigfito ya

han solicitado a las Comunidades Autónomas (CC. AA.) la autorización para gestionar todos los residuos de envases que se originan en el ámbito agrícola y, en breve, según afirmó, prevén recibir una respuesta “satisfactoria”. De este modo, Sigfito pasaría de recoger sólo los envases de productos fitosanitarios a recoger otros muchos, como los utilizados para envasar fitofortificantes, abonos o semillas. Envases, todos ellos, que, hoy por hoy, no puede reciclar y que el agricultor debe gestionar directamente.

En este sentido, Teresa Barres, jefa del Área de Residuos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, presente en el acto, explicó que el nuevo marco normativo favorecerá la gestión integral de todos los envases. Así, dijo, “el futuro de Sigfito es seguir la estela de los diferentes SIG’s de Europa” como, por ejemplo, “el SIG francés Adivalor”, que, “además de gestionar los diferentes residuos de envases usados en la agricultura, da solución, incluso, al producto caducado”.

CASI 8.000 MILLONES

Aprobados los nuevos planes hidrológicos para Andalucía

■ I. F. G.

El Consejo Nacional del Agua aprobó a finales del pasado mes de junio los planes hidrológicos de las cuencas intracomunitarias de Andalucía, es decir, la Mediterránea, Guadalete-Barbate y Tinto-Odiel-Piedras, que permitirán, según apuntaron desde la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta, a través de un comunicado, “incrementar los recursos hídricos disponibles en estas cuencas, mejorar su calidad, racionalizar el consumo y ajustarlos a las futuras demandas”.

El consejero del ramo, Luis Planas, destacó la importancia que tienen estos planes hidrológicos para la Comunidad Autónoma y, sobre todo, para sectores productivos como el agrícola. Según Planas, a partir de ahora, Andalucía “contará con marco estable y jurídicamente viable, que determinará las demandas de recursos hídricos, la oferta presente y futura, así como las medidas de carácter ambiental que se van a tomar en estas cuencas”. Asimismo, apuntó que estos planes pretenden, además, el equilibrio entre oferta y demanda de recursos hídricos en las cuencas internas andaluzas; la consolidación de la mayor parte de los regadíos existentes, dotándolos de seguridad jurídica y terminando con la precariedad; o impulsar objetivos de carácter medioambiental como, por ejemplo, la reutilización de aguas.

INVERSIONES

La nueva planificación hidrológica, según indicaron desde la Consejería, supondrá una inversión total de 7.895 millones de euros hasta 2027. Del mismo modo, prevé el desarrollo de 829 proyectos en un territorio de 28.662 kilómetros cuadrados, que supone el 32% de la superficie total de Andalucía y que concentra a una población de más de 3’5 millones de habitantes. La cuenca Mediterránea es la más amplia; de hecho, abarca casi 18.000 kilómetros cuadrados entre las provincias de Cádiz y Almería.

EL PONIENTE, LA PRINCIPAL ZONA PRODUCTORA

Almería cuenta con 9.000 colmenas dedicadas en exclusiva a polinización

■ I. F. G.

Almería cuenta con 100 explotaciones apícolas dedicadas, exclusivamente, a la producción de abejorros para la polinización. En total, y según los datos facilitados por la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca, en estas fincas son 9.000 las colmenas destinadas a tal fin. Sin embargo, y tal y como apuntaron desde la Administración andaluza, la gran mayoría de las explotaciones apícolas tiene carácter mixto, ya que, además de contar con colmenas para polinización, también producen miel.

De este modo, y según las cifras oficiales, en Almería son 573 de las 951 explotaciones apícolas totales las que se dedican a ambas funciones, unas 113.300 colmenas. Por zo-



■ Colmenas para polinización en un cultivo de sandía. / FHALMERÍA

nas, el Poniente provincial es la comarca que cuenta con un mayor censo de explotaciones apícolas, 352, y, cómo no, de colmenas, con casi

56.600. Estas fincas, según indicaron desde la Junta en un comunicado, “se dedican, principalmente, a la selección y cría de abejorros para

polinización agrícola”. Tras el Poniente se sitúan, por este orden, el Bajo Andarax y la comarca de Níjar, con 191 explotaciones y 39.228 colmenas, y el Alto Almanzora, con 166 explotaciones y casi 36.900 colmenas.

El uso de abejorros para polinización es una técnica más que implantada en la agricultura almeriense, sobre todo en los cultivos de tomate, pero no sólo en estos. Así, por ejemplo, cuando arranca la campaña de primavera y muchos agricultores se decantan por cultivos como, por ejemplo, la sandía, no es de extrañar ver en el interior de sus fincas colmenas destinadas, cómo no, a esa polinización.

Esta práctica es, junto con el resto de métodos incluidos dentro de lo que se denomina control biológico, artífice del cambio experimentado por la agricultura provincial. Un cambio que, ni mucho menos, es algo circunstancial; todo lo contrario. El uso de técnicas de control biológico es ya una realidad en más de 20.000 has. de cultivo.

Marketing

TENDENCIAS DE CONSUMO

Crece las promociones en Alemania y Reino Unido debido a los altos precios

LA ALIMENTACIÓN SE ENCARECIÓ UN 3'3% EN EL PAÍS GERMANO Y MÁS DE UN 5% EN LAS ISLAS BRITÁNICAS, SEGÚN UN ESTUDIO RECIENTE

■ Isabel Fernández

La presión promocional sigue siendo la gran baza de las cadenas de distribución en países como Alemania o el Reino Unido. Así lo pone de manifiesto el último informe sobre 'Estrategias de precios y promociones en Europa en el mercado de gran consumo', elaborado por SymphonyIRI Group y hecho público a través de un comunicado. Según apunta este estudio, "las promociones han demostrado ser cruciales para sostener el volumen de ventas en este período de austeridad", sobre todo si se tiene en cuenta que la inflación en alimentación y bebidas, en el último año, se situó en un 3'2%.

Asimismo, y tal y como recogen los datos hechos públicos por SymphonyIRI Group, en países



■ El volumen de alimentos vendidos en Europa creció un 1% en el último año. / FHALMERÍA

como el Reino Unido y Alemania, los alimentos se encarecieron, de media, un 5'1% y un 3'3%, respectivamente; de ahí que sean, precisamente, estos países en los que mayor es esa presión promocional de las grandes cadenas. Caso bien distinto es el de países como Grecia o España, donde el precio de los alimentos se incre-

mentó un 0'4% y un 1'3%, respectivamente, en el último año.

Sin embargo, y pese a ser Reino Unido y Alemania los países sometidos a una mayor presión promocional, llama la atención la diferencia que, en el volumen de ventas final de las promociones, suponen uno y otro destino. De este modo, y según los datos de

la consultora, las ventas en promoción representan el 56% en el Reino Unido, mientras que en el país germano suponen apenas el 11'6%. Entre uno y otro límite se sitúan Francia, con un 17'9%; España, con el 18'5%; Holanda, con el 21'5%; e Italia, con el 29'7%. En general, en los últimos tres años, se ha producido un aumen-

to de las promociones; sin embargo, en el último año, el valor y el volumen de éstas se ha visto reducido en algunos países, como son los casos de Francia y de España, según el informe de SymphonyIRI Group.

AL ALZA

El último informe sobre 'Estrategias de Precios y Promociones en Europa' revela un incremento de los precios del 3% en el último año, impulsado por el aumento de los costes de las materias primas. Según la nota de prensa difundida por la consultora, fabricantes y distribuidores intentan recuperar parte del margen perdido desde el inicio de la recesión en 2008; de ahí, en parte, que la inflación en alimentación y bebidas supere el 3%. El texto apunta, asimismo, que los factores económicos juegan un papel importante, ya que los precios están creciendo con mayor rapidez en Alemania y Reino Unido, donde la situación económica es más favorable que en Grecia o en España.

Ante este panorama, los consumidores han reaccionado realizando compras con cautela y contención, de forma que las ventas en volumen en Europa crecieron sólo un 0'8%, mientras que el valor lo hizo un 3'7%. El volumen de ventas en alimentación aumentó un 1%.

'LA ROJA CON MÁS SABOR'



Grupo Caparrós promociona su Sandía Premium por todo el país

Grupo Caparrós lleva todo el verano promocionando su Sandía Premium, 'la roja con más sabor', por todo el país. Desde Mercamadrid a Mercabarna, con parada,

cómo no, en la provincia de Almería, donde, de hecho, esta sandía se ha dado a conocer en lugares tan emblemáticos como el Mercado Central de la capital.

YA EN TWITTER, FACEBOOK O YOUTUBE

'We Care, You Enjoy!' prevé unos 70.000 impactos en redes sociales

■ I. F. G.

La campaña 'We Care, You Enjoy!', impulsada por HORTYFRUTA y PROEXPORT en Alemania, Reino Unido y Austria, desembarcó recientemente en las redes sociales. De este modo, quienes así lo deseen, ya pueden conocer más de esta campaña de promoción de las hortalizas de la tierra a través de la web www.wecareyouenjoy.com y, cómo no, de redes como Facebook, Twitter, Google+ y Youtube. Gracias a su presencia en Internet, desde HORTYFRUTA apuntaron que prevén conseguir más de 70.000 impactos entre el público objetivo de esta campaña: los consumidores de verduras de Alemania, Reino Unido y Austria.



■ Esther Schweins. / FHALMERÍA

Para ello, la página web, que cuenta con versiones en español, alemán e inglés, se estructura en tres secciones; la primera, 'We

Care', donde se recoge información relacionada con la propia campaña y con los distintos eslabones de la cadena. En segundo lugar, 'You Enjoy', donde tienen cabida todos los aspectos relacionados con el disfrute de las hortalizas, desde recetas a sugerencias. Y, por último, 'Productos', donde el consumidor pueden encontrar información sobre cinco productos seleccionados.

Ésta es una acción más de las puestas en marcha dentro de la campaña que, tras casi cuatro meses en funcionamiento, ha llegado a miles de ciudadanos de los países objetivo. De este modo, la imagen de la campaña, Esther Schweins, ha participado en distintos programas y espacios promocionando las hortalizas.

Agenda

EVENTOS

■ DE LARGA DURACIÓN

Sevilla prepara un curso de dirección y gestión de empresas agroalimentarias

Desde el 14 de septiembre de 2012 y hasta el 27 de enero de 2013, Sevilla acoge un curso especializado de dirección y gestión de empresas agroalimentarias de 200 horas 100% presenciales. El programa formativo es amplio y tiene como objetivos principales ofrecer al sector agroalimentario andaluz res-

puestas prácticas para afrontar con éxito los retos que exige la actual coyuntura de crisis y alcanzar un mayor posicionamiento en el mercado. Este curso está cofinanciado por la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía y patrocinado por empresas privadas que promueven la mejora del sector.

■ 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.

■ SALÓN

Fruyver prepara su edición de 2013

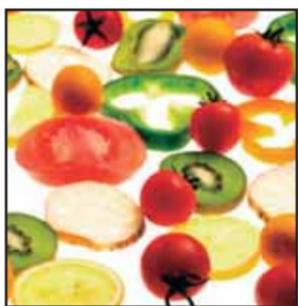
Desde el 12 y hasta el 15 de febrero de 2013, se celebra en Zaragoza una nueva edición de Fruyver, un evento dedicado a las frutas y hortalizas a nivel nacional. En este sentido, desde la organización han informado de que las últimas novedades tanto en técnicas como equipos y maquinaria para el sector hortícola y frutícola tienen

un espacio importante en Fruyver.

Este salón busca ser un escaparate de los productos y servicios de esta industria y un punto de encuentro para sus profesionales, desde fabricantes de abonos y productos fitosanitarios o de mallas y mantas orgánicas hasta los distribuidores al por menor de estos artículos.

■ FORO

Eurofruit y Feria Agraria San Miguel tendrá 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, 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.juntadeandalucia.es

El Observatorio de Precios ofrece los datos más exactos del sector

El Observatorio de Precios de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía cuenta con una dirección propia en la que se pueden consultar tanto estudios como informes, fichas de costes, fichas de productos, cadenas de valor, precios en origen o centros de manipulación de todos los productos que se cultivan en la Comunidad Autónoma de Andalucía. A través de cifras y estadísticas, todo aquel interesado en la variación comercial de la agricultura puede consultarla en este espacio.



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 consiga los productos de la más alta calidad con la innovación.

www.hortyfruta.es

El portal que defiende la imagen saludable y limpia de las frutas y hortalizas de Andalucía

El principal fin de HORTYFRUTA es crear una imagen positiva, saludable, limpia y responsable de los productos hortofrutícolas andaluces a nivel nacional e internacional, así como reforzar la competitividad de los productos en el mercado y fomentar el compromiso de los productores por la lucha integrada y el respeto al medio ambiente.



www.cienciadirecta.com

La Web creada para dar continuidad al proyecto de divulgación de la ciencia

La Fundación Descubre es una fundación andaluza para la divulgación de la innovación y el conocimiento, promovida por la Consejería de Innovación, Economía y Ciencia. Su objetivo es dar cobertura a la constitución de redes entre las instituciones científicas, educativas, culturales y sociales para una mejor difusión de la ciencia y del conocimiento. Además, da continuidad al proyecto de divulgación de la ciencia.



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 Agrofuerite.

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

