



ACTUALIDAD

Competencia castiga con 238.000 euros a ASAJA, COAG y Alhóndigas de Andalucía por “fijar precios mínimos”

Los hechos que ratifica la Audiencia Nacional a propuesta de la Comisión Nacional de la Competencia tuvieron lugar en la campaña 2009/2010, en la que los precios de las hortalizas provocaron serias protestas de los agricultores. *Página 6*



Las organizaciones agrarias se jugaron el tipo por los agricultores y han terminado siendo castigadas por ello. /FHALMERIA

ENTREVISTA

José María Andújar
PRESIDENTE DE CASI



“He sido el presidente elegido con más votos, supone orgullo y responsabilidad” *P. 51*

TPM volverá a abrir sus puertas tras la llegada de nuevos inversores

Página 6

CAMPAÑA RÉCORD

El clima y una menor competencia aumentan los precios agrícolas un 14% *P.4 y 5*

NOTICIAS

Comercializadoras y ganaderos conocen el proyecto de ensilado de El Ejido *P. 61*

ESPECIAL
Tomate y sus injertos
Páginas 9 a 30

ESPECIAL
Tomate Rijk Zwaan
Páginas 31 a 34

ESPECIAL
Pimiento tardío
Páginas 35 a 42

ESPECIAL
Sandía
Páginas 43 a 50

¿DÓNDE ESTÁ TU DINERO MÁS SEGURO QUE EN UN SOLAR?

Precios anticrisis

Parcelas y viviendas Especial Agricultores

PROCOSTA 950 60 94 60

Opinión

¿Cómo detectar un chiringuito?

Chiringuito': Almacén que recibe la producción hortofrutícola de varios agricultores para comercializarla incumpliendo normas de calidad, normas de seguridad en el trabajo, carente de certificaciones de calidad y, en ocasiones, sin tener el personal de manipulado dado de alta debidamente. Todo ello con el fin de reducir costes e irrumpir en el mercado exportador de las frutas y hortalizas con precios bajos que perjudican a la totalidad de los productores.

¡Ojo!, no confundir con empresa pequeña que cumple las normas y tiene toda su documentación en regla. La denominación 'chiringuito' no se debe al tamaño, se debe al peligro que tiene al no cumplir las normas mínimas establecidas por la Administración y que son de obligado cumplimiento para todos

■ José Antonio Gutiérrez.
Periodista



Los afectados que antes se vanagloriaban de los excelentes precios de sus facturas ahora ocultan lo sucedido para evitar la mofa de otros agricultores. El resultado final de todo esto es que el empresario del chiringuito se traslada a otro lugar y monta otro chiringuito

los que operan en el sector. Lo peor de todo es que los chiringuitos tienen unas víctimas directas e inmediatas, que son aquellos agricultores que se quedan sin cobrar cuando el chiringuito cierra por falta de solvencia y su capital social, apenas 3.000 euros, no llega para nada.

¿Cómo se identifican estos chiringuitos? Suelen tener almacenes pequeños alquilados, por lo general, y captan a los clientes con anuncios en vallas publicitarias o buscan agricultores en las subastas de género. Ofrecen precios supuestamente "inalcanzables" para cualquier centro de comercialización. Cuando los buscas en los registros oficiales no aparecen, pues la empresa que factura es otra y su capital social es el mínimo que exige la ley. Ponen al frente del negocio a alguna persona conocida que suele alternar con

confianza con los productores y nunca se conoce al distribuidor final.

Cuando no pueden hacer frente a los pagos acordados, la búsqueda de los responsables se convierte en una misión interminable. Llamas por teléfono y la primera vez sí se suele contactar con algún responsable; a partir de ahí, las llamadas sin respuesta son interminables y el que da la cara no suele saber nunca nada. Los días pasan hasta que se cierra la puerta del chiringuito, trabajadores y agricultores se quedan sin cobrar y lo sucedido se convierte en un rumor rural que nadie confirma y nadie desmiente.

Cuando esto sucede, los afectados que antes se vanagloriaban de los excelentes precios de sus facturas ahora ocultan lo sucedido para evitar la mofa de otros agricultores. El resultado final de todo esto es que el empresario del chiringuito se traslada a otro lugar y monta otro chiringuito y busca nuevas víctimas.

¿Qué hay que tener en cuenta para no caer en las redes de un chiringuito? Antes de aportar producto, saber la garantía de cobro conociendo los bienes de la empresa, el capital social y quién está detrás.

Intentar conocer la trayectoria profesional de los verdaderos propietarios. Si se descubre alguna maniobra para esconder la identidad de los verdaderos responsables, cortar de inmediato la relación comercial y exigir el pago de lo pactado.

En caso de haber sido objeto de estafa, denunciarlo públicamente para evitar que el estafador siga extendiendo su daño.

Generalmente, el cierre de un chiringuito se disimula con un proceso de concurso público establecido en la ley.

Este proceso se pone en marcha alegando ante el juez que el negocio ha ido mal por diferentes motivos y ello ha llevado a la falta de liquidez e insolvencia que impide hacer frente a las deudas contraídas.

Descubre las variedades que harán que te olvides de la **SILVERELINA** y ...

Saldrás ganando

Souleria RZ

Cuaje temprano

Acorde RZ

Producción de largo recorrido

Malambo RZ ^{new}

Aguante y resistencias para tardío



Actualidad

A LA JUNTA CENTRAL DE USUARIOS DEL ACUÍFERO DEL PONIENTE ALMERIENSE

Agricultura cede la gestión del sistema de impulsión de agua de la Balsa del Sapo

El nuevo sistema es un bombeo adicional que permitirá evitar inundaciones en las fincas colindantes con la instalación

■ Elena Sánchez

La Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente ha cedido la gestión del nuevo sistema de impulsión de agua de la Balsa del Sapo a la Junta Central de Usuarios del Acuífero del Poniente Almeriense, en un acto protagonizado por el consejero de Agricultura, Luis Planas, el pasado 30 de mayo, en El Ejido.

Este nuevo sistema se trata de un bombeo adicional que permitirá evitar inundaciones en las fincas colindantes con la instalación, sobre todo de la barrida de Las Norias de Daza. De hecho, según comentó Planas, con la puesta en marcha de esta instalación no sólo se evitan inundaciones, sino que tam-



■ Visita del consejero de Agricultura, Luis Planas, a la Balsa del Sapo. /FHALMERIA

bién se aprovechará en un futuro próximo el agua extraída.

La impulsión adicional de la balsa está en funcionamiento desde el pasado 12 de febrero, una solución que está contro-

lando el régimen ordinario de esta instalación y que ya ha reducido el nivel del agua a dos metros. No obstante, el consejero del ramo aseguró que está prevista otra solución para si-

tuaciones más excepcionales, que pasa por construir un túnel de desagüe, una actuación que tiene que acometer el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, ya que se

trata de una obra de interés general. Igualmente, en el transcurso del acto, Luis Planas destacó el papel de la Junta Central de Usuarios del Acuífero del Poniente Almeriense, con la que la Consejería va a seguir colaborando para adoptar las medidas necesarias para la recuperación del acuífero y la optimización de los recursos existentes en la zona.

PRIORIDAD

Para el responsable de Agricultura, las infraestructuras del agua son una prioridad en toda Andalucía, y en concreto en Almería, donde se han iniciado o reiniciado una serie de actuaciones entre las que destacan el abastecimiento y saneamiento de la Comunidad del Bajo Andarax, la ampliación de la Estación Depuradora de Aguas Residuales de El Bobar o las obras de emergencia en el Alto Almanzora.

Por su parte, los regantes que se benefician del acuífero del Poniente producen en sus invernaderos las hortalizas que consume Europa y que sólo en 2012 exportaron más de 1.690 millones de euros, convirtiendo a Almería en la mayor exportadora de alimentos de Andalucía.

fhalmería

EDITA: Comunicación e Información Agraria, S.L.
Paseo de Santa María del Águila, 58 - 2º E.
04710 SANTA MARIA DEL ÁGUILA - EL EJIDO (Almería).
EMAIL: info@fhalmeria.com

REDACCIÓN: Isabel Fernández González, Elena Sánchez García y Rafael Villegas Alarcón.
TELÉFONOS: 950 57 13 46 y 628 08 02 60.
EMAIL: fhalmeria@fhalmeria.com - redactor1@fhalmeria.com - redactor2@fhalmeria.com - redactor3@fhalmeria.com
FOTOGRAFÍA: Archivo CIA, S.L.

DEPARTAMENTO COMERCIAL Y PUBLICIDAD:
Noelia Blanco Alchapar y Caterina Pak
TELÉFONOS: 950 57 13 46 y 679 464 490. Fax: 950 57 21 46.
E-mail: publi@fhalmeria.es - comercial@fhalmeria.com.
PORTAL WEB: www.fhalmeria.com - www.fhalmeria.es

Imprime: Corporación Gráfica Penibética
Dép. Legal: AL-2839-2007
ISSN 1889-4836

COMPROMETIDOS
AUTO ESCUELA EJIDO
CENTRO DE FORMACIÓN

- Permisos de conducir
- CAP todas las modalidades
- Mercancías peligrosas

y más... ¡SIN IR MÁS LEJOS!

Antes de decidirte habla con nosotros C/ Murgis N° 35 Tlf. 950 480 753

UNA CAMPAÑA DE RÉCORD

El clima y una menor competencia favorecen un aumento de los precios del 14% este año

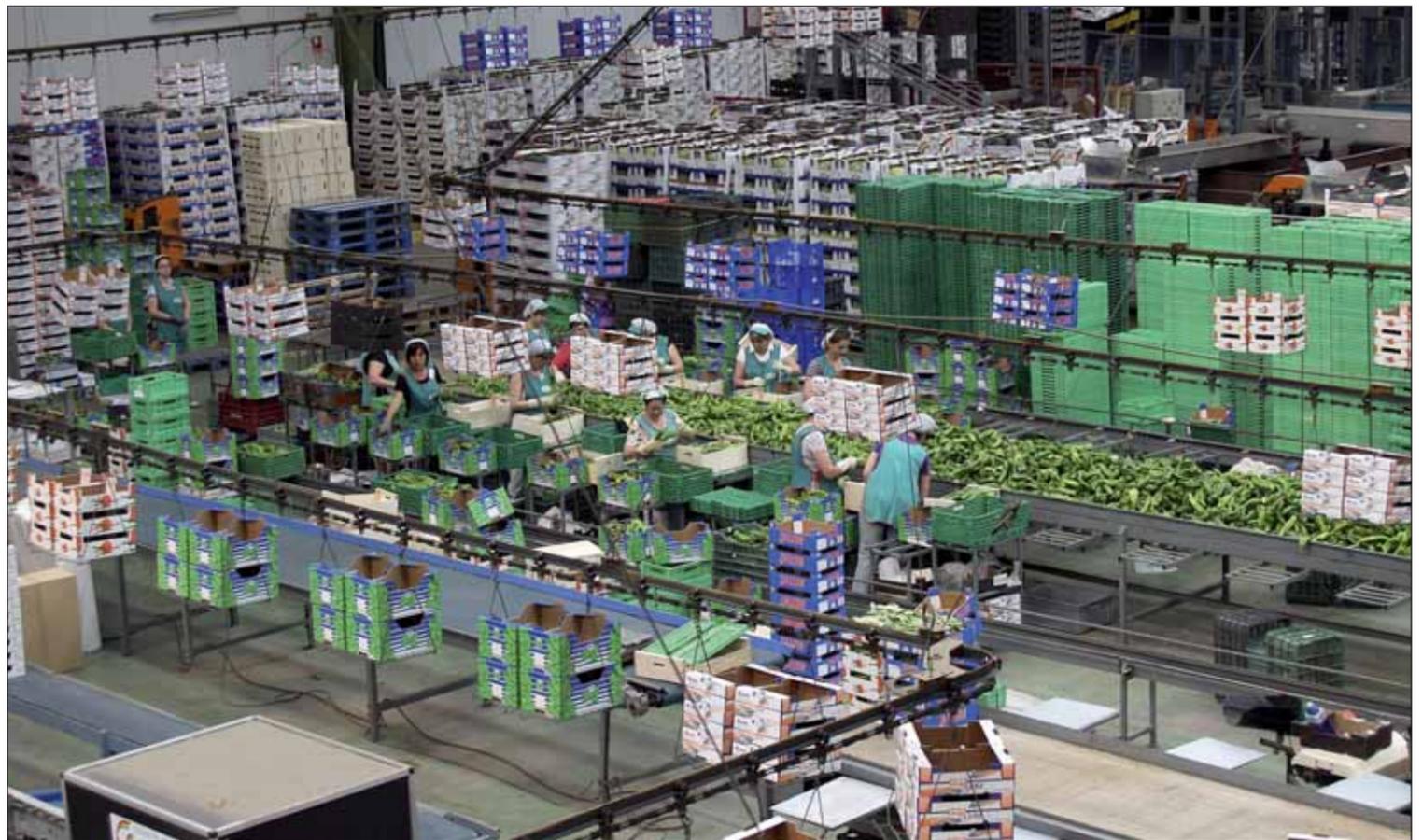
No sólo los precios arrojan cifras positivas, también la superficie cultivada ha crecido esta campaña y, con ella, la producción

■ Isabel Fernández

A falta aún de cerrar la campaña de primavera, todo apunta a que el ejercicio 2012/2013 marcará una nueva cifra récord en el histórico de campañas hortofrutícolas de la provincia. Precios medios, valor de la producción, superficie y producción arrojan cifras positivas cuando falta más de un mes para poner punto y final a la campaña. En este sentido, y según adelantó el consejero de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, Luis Planas, en su última visita a la provincia, el valor de la producción obtenida por los agricultores creció un 16% en la campaña de otoño-invierno, una cifra, desde luego, nada desdeñable. Esto se explica, tal y como argumentó, posteriormente, el delegado territorial del ramo, José Manuel Ortiz, en declaraciones a fhalmería, “gracias al incremento de la superficie, un 8%, y sobre todo al comportamiento de los precios, que en estos meses han registrado un incremento, de media, del 14%”. Estos mismos precios, precisó Ortiz, “si se comparan con las cotizaciones medias de las tres últimas campañas, suponen un 7,6% más”.

Entre los factores que han incidido en esta “buena” campaña de otoño-invierno 2012/2013, el delegado territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente se refirió a dos factores fundamentales: por un lado, “la climatología”, que ha permitido que “haya una producción escalonada”, y, por otro, el hecho de que “este año la competencia de países terceros no ha sido tan fuerte como en otros”. Sobre este último aspecto, Ortiz precisó que, “para algunos productos, como pimiento o berenjena, Almería ha disfrutado de una situación favorable esta campaña”. Y no es para menos.

Según los datos de la Administración andaluza, relativos a la primera parte de la campaña,



■ A falta aún de datos definitivos, la Junta augura una campaña “positiva” en cuanto al volumen de kilos comercializado. /FHALMERIA



■ La berenjena incrementó su precio medio en 0,30 euros. /FHALMERIA

de septiembre a diciembre, todos los productos que se cultivan en la provincia incrementaron sus precios medios en este tiempo, a excepción de tomate y judía. Especialmente llamativos son los casos de calabacín y pepino, productos que llevan dos campañas consecutivas viendo crecer sus precios; el primero se vendió, de media, a 0,65 euros el kilo hasta marzo de este año, frente a los 0,56 euros por kilo del ejercicio pasado o los 0,41

Almería exportó hortalizas por valor de 765 millones de euros hasta marzo

Todos los parámetros que, hasta el momento, definen la campaña están siendo más que positivos. De hecho, incluso las exportaciones arrojan cifras más que aceptables. Así, entre enero y marzo pasados, la provincia comercializó en el exterior hor-

talizas valoradas en 765,6 millones de euros, un 1,8% más que en el mismo período de 2012. Del mismo modo, el volumen exportado también se incrementó, hasta los 709,1 millones de kilos, un 2,2% más que un año antes.

de hace dos años. El pepino, por su parte, alcanzó un precio medio de 0,62 euros, frente a los 0,46 de la campaña precedente. Pero, si hay que destacar un producto sobre todos los demás en esta campaña, ése es, sin lugar a dudas, la berenjena. Esta hortaliza obtuvo un precio medio de 0,77 euros por kilo en la última campaña de otoño-invierno, 0,30 euros más que en la campaña anterior, cuando su precio fue de apenas 0,47 euros. Con todos estos números, no es de extrañar que tanto el consejero como el delegado territorial del ramo en Almería hablasen de datos “alentadores” y augurasen un balance final de campaña bastante positivo.

Por último, y en lo que respecta a los volúmenes comercializados, José Manuel Ortiz dijo que “habrá que esperar unas semanas” para conocer los datos concretos de la campaña. Aún así, comentó que “el incremento de la superficie habrá compensado, sin duda, el descenso de los rendimientos registrados en algunos cultivos, debido a la climatología adversa de los últimos meses de 2012”. En cualquier caso, apuntó que “la cosecha de otoño-invierno ha sido también positiva en cuanto al volumen”.

UNA CAMPAÑA DE RÉCORD

Agricultores y comerciales coinciden en señalar la última campaña hortofrutícola de otoño-invierno como muy positiva en precios



■ Juan Luis Sánchez, agricultor. /FHALMERIA

“He facturado lo mismo que el año pasado pese a haber cortado 100.000 kilos menos de pimiento”

Juan Luis Sánchez afirma que, pese a haber recolectado 100.000 kilos menos de pimiento que hace un año, “he facturado lo mismo”, por lo que considera que, en su caso, y a pesar de los buenos datos generales, “la campaña no ha sido especialmente buena”. “He tenido bastantes menos kilos debido al clima”, concluye.



■ Juan Ruiz, comercial Costa de Níjar. /FHALMERIA

“Este año hemos tenido un otoño y un invierno muy buenos en precio, calidad y producción”

Juan Ruiz, comercial de SAT Costa de Níjar, afirma que la campaña de otoño-invierno “ha sido muy buena en precios, calidad y producción”. Ha ido tan bien que espera que ayude a equilibrar los números de la campaña. Y es que, “la primavera está siendo un desastre”, debido a la escasez de demanda.



■ Emilio Castillo, agricultor. /FHALMERIA

“He tenido una campaña muy buena, en precio y producción, de pepino, pese al clima más frío”

Emilio Castillo está muy contento. En la campaña de invierno ha tenido más producción, pese al clima, que en la anterior y a un precio mucho más elevado. Este agricultor de Matagorda, en El Ejido, achaca a las bajas temperaturas el aumento de los precios y al doble techo y los cuidados la mayor productividad.



■ Manuel Arévalo, comercial Nature Choice.

“El descenso del volumen de producción en países competidores y el clima local subieron los precios”

Manuel Arévalo, director comercial de SAT Nature Choice, considera que los altos precios de la campaña de otoño-invierno se han debido a “un descenso, antes de tiempo, de la producción en Marruecos y ultramar, por el clima, y al retraso aquí de la producción de los cultivos tempranos por el frío de enero y febrero”.

Leticia RZ ^{new}
El color de la calidad

Lydia RZ ^{new}
Tradición listada todo el año

Rijk Zwaan Ibérica, S.A. | Atención al cliente: 950 62 61 91 | info@rijkszwaan.es | www.rijkszwaan.es

RIJK ZWAAN

MÁS OFERTA

Morera & Vallejo reabrirá TPM y prevé fabricar 40.000 toneladas de plástico

La empresa aspira a cubrir el 50% de este mercado en España, que se concentra, sobre todo, en las provincias de Almería y Huelva

■ CIA

La empresa sevillana Morera & Vallejo ha anunciado que reabrirá las tres plantas que el Grupo TPM tiene en Almería (dos en El Ejido) y Valencia y en las que prevé crear 200 puestos de trabajo. La empresa se hizo con el fabricante de plásticos para agricultura a principios de este año y, de cara al próximo, prevé fabricar unas 40.000 toneladas de plástico con las que cubrir el 50% de las necesidades de este mercado en España, que se concentra, sobre todo, en las provincias de Almería y Huelva. Asimismo, prevé alcanzar una facturación de 40 millones de euros anuales. Junto a su firme apuesta por el mercado nacional, Morera & Vallejo quiere destinar parte de su producción a los mercados exteriores, entre ellos, Turquía, México, Colombia, China, Marruecos, Francia, Alemania y Túnez.

Con la reapertura de las plantas pertenecientes al Grupo TPM, los agricultores tendrán acceso a una oferta más diversificada. Y es que, tras su cierre, hace un año y medio, el negocio de los



■ TPM cerró sus puertas hace un año y medio y dejó todo el negocio en manos de un solo grupo empresarial. /FHALMERIA

plásticos para agricultura quedó en manos de dos empresas, ambas pertenecientes al Grupo Armando Álvarez. Así las cosas, no es de extrañar que, en declaraciones a fhalmería, Andrés Góngora, secretario provincial de COAG, afirmara que, “en lo que a la fabricación del plástico se refiere, no hay demasiada competencia” y, de hecho, comentó que “hay dos grandes marcas que están acaparando casi todo el mercado”.

El plástico es, si cabe, uno de los gastos más importantes a los que tienen que hacer frente los agricultores periódicamente y

Un negocio que mueve cerca de 160 millones anuales

Las casi 30.000 hectáreas de superficie invernada que tiene la provincia suponen un volumen de negocio anual cercano a los 160 millones de euros para el sector fabricante y comercializador de plásticos, según el Tecnómetro 2009, de TECNOVA, y apenas hay empresas ofertantes.

que, año tras año, se incrementa. La calidad es un aspecto fundamental, ya que de ella depende el futuro de la cosecha; de ahí que los productores no ‘se la jueguen’ con un producto desconocido. Prueba de ello es cómo en los últimos años han sido varias las empresas que han intentado implantarse en Almería y que, posteriormente, con la misma rapidez con la que llegaron, se fueron.

Grupo TPM surgió en 2001, fruto de la fusión de Torres Film, Plastimer y Macresur. Más de una década después, echaba el cierre.

VISITA OFICIAL

El embajador de Cuba en España se interesa por la agricultura vicaria

■ CIA

El embajador de Cuba en España, Alejandro González, visitó recientemente el municipio de Vúcar para conocer su modelo agrícola y, por ende, el almeriense. En primer lugar, González tuvo la oportunidad de visitar una explotación invernada, de la mano del secretario de Organización de COAG-Andalucía, Eduardo López, y del secretario provincial de esta organización agraria, Andrés Góngora.

Posteriormente, el embajador cubano se desplazó a las instalaciones de Vicasol, la cuarta mayor organización de productores de Andalucía y la segunda de tomate. Allí fue recibido por el alcalde vicario, Antonio Bonilla, y el presidente de la cooperativa, Juan Antonio González, quienes le guiaron por un recorrido que le llevó a conocer Vicasol, su funcionamiento y los productos que allí se elaboran.

Tras la visita, el embajador de Cuba en España y el regidor vicario hablaron de la posibilidad de realizar una próxima visita oficial al municipio, dado el interés que su agricultura había despertado en el diplomático cubano, que mostró su deseo por profundizar en éste y otros aspectos ligados a la provincia almeriense.

EN DICIEMBRE DE 2009

La Justicia ratifica las sanciones a COAG, ASAJA y las alhóndigas de COEXPHAL por fijar precios

■ CIA

La Audiencia Nacional ha confirmado las sanciones que, en su día, impuso la Comisión Nacional de la Competencia (CNC) a las organizaciones agrarias COAG y ASAJA en la provincia, así como a la Asociación de Comercializadores Alhondiguistas de Frutas y Hortalizas de Andalucía (ALHÓNDIGAS), cuyas empresas están integradas en la Asociación de Organizaciones de

Productores de Frutas y Hortalizas de Almería (COEXPHAL), por fijar precios mínimos en pimiento, calabacín, pepino, berenjena y tomate en diciembre de 2009. La resolución de entonces, recurrida por COAG, fijaba multas de 183.214 euros para las alhóndigas, 29.662 euros para COAG y 25.570 euros para ASAJA, cuantías impuestas según el valor de la producción o comercialización imputable a cada una de las organizaciones.

Esta sentencia ha sido ratificada por la Audiencia Nacional, que, en el fallo emitido, afirma que las organizaciones sancionadas “actuaron claramente” como un “operador económico” y que el acuerdo no tuvo naturaleza intersindical, sino que fue un “acuerdo sobre precios prohibido por la Ley de Defensa de la Competencia”. La Audiencia Nacional apoya su postura en la existencia de un documento firmado por las tres partes y titulado ‘Acuerdo de uni-



■ Agricultores en La Redonda. /FHALMERIA

dad de acción sindical de ASAJA-Almería y COAG-Almería en relación a la crisis del sector hortofrutícola de la provincia’. Este documento recogía un principio de acuerdo para que los agricultores se adhieran a un sistema de precios recomendado y se negaran a vender por debajo de esos precios. Para asegurarse de ello, incluía la obligatoriedad de reflejar esos precios mínimos acordados en todos los albaranes de entrada o facturas.

La campaña 2009/2010 arrancó con cotizaciones más que bajas para los productores que, incluso, protagonizaron una protesta durante la celebración de Expo Agro. En diciembre, las protestas continuaron.

SI TIENES
**MENOS
DE 40 AÑOS**

SI QUIERES INVERTIR
**EN TU PROPIA
EXPLOTACIÓN**

**PLAN
FINANCIACIÓN
CAJAMAR**

JOVEN EMPRENDEDOR AGRO

Lineas de financiación Cajamar Caja Rural para la mejora y modernización de explotaciones agrarias dirigidas a jóvenes agricultores y ganaderos.



**DURANTE 1 AÑO
UTILIZA GRATIS
toolAGRO**

La herramienta para gestionar tu explotación agraria desde el ordenador o dispositivos móviles

Consulte bases de esta promoción en su oficina.
Promoción válida hasta 15/09/2013 o hasta 2.000 primeras solicitudes.

 www.jovenesagricultores.com

 **cajamar**
CAJA RURAL

OPINION

El control biológico en los cultivos protegidos: las dosis de suelta son importantes

Siete años después de producirse en los cultivos hortícolas en Almería la llamada ‘segunda revolución verde’, derivada del ‘boom’ del control biológico, no hay duda de que podemos hablar de un gran éxito de esta estrategia, avance único en el mundo en aplicación y extensión.

Pero hoy día las encuestas oficiales y oficiosas indican que en Almería se están cultivando más de 20.000 hectáreas con control biológico y esto no es del todo cierto: se puede decir que en esa superficie se están soltando ‘algunos’ organismos de control biológico, pero, a las dosis que se están soltando en algunos cultivos, son insuficientes para realizar un control satisfactorio de las plagas, las cuales se siguen combatiendo con control químico.

Esta relajación en la utilización de enemigos naturales para el control de plagas es muy patente en los cultivos de primavera, especialmente melón y sandía (aunque también en algunos invernaderos de pimiento y tomate). Los protocolos de actuación con enemigos naturales señalan unas dosis de suelta que se ha comprobado que son eficientes y fiables para controlar las plagas objetivo en la mayoría de los casos y que, si son aplicadas siguiendo las recomendaciones, garantizan llegar al fin del ciclo de cultivo con unos niveles de plaga soportables para el cultivo en cuestión.



El ejemplo más claro es el ácaro depredador *Amblyseius swirskii*, que cuando se libera a dosis inferiores a las recomendadas por metro cuadrado en el cultivo, aunque el ácaro ya ha demostrado que es un gran y eficiente depredador de mosca blanca y trips, no realiza un control suficiente de las principales plagas del cultivo, trips y mosca blanca.

Otro ejemplo claro es la protección que realiza el *Nesidio-*

■ José Eduardo Belda
Departamento de I+D de
Koppert España



coris tenuis contra *Tuta absoluta* y mosca blanca en las primeras fases del cultivo de tomate, que permite mantener limpio de plagas al cultivo hasta final del ciclo, cuando las dosis de suelta son adecuadas y se manejan adecuadamente las poblaciones del depredador.

Por otra parte, realizar la campaña de primavera con control biológico efectivo en los diferentes cultivos garantiza menores poblaciones de plagas para

la siguiente campaña agrícola. Hay estudios realizados por Cajamar en los que se ha calculado que los costes de la utilización del control biológico son alrededor de un 2% de los inputs del cultivo. La disminución de dosis respecto a las recomendadas es ahorrar en el ‘chocolate del loro’ y es un cambio de estrategia y mentalidad respecto a la estrategia que se realiza en pimiento en la campaña de otoño.

Insisto en que no debe caerse en la relajación del uso de enemigos naturales y fundamentar el control de plagas en la aplicación de insecticidas químicos, y es necesario seguir trabajando en optimizar los protocolos de trabajo en control integrado y mantener y ampliar los avances conseguidos en control biológico de plagas que tanto tiempo y esfuerzo han costado para implantar en los cultivos protegidos de Almería métodos que garantizan la sanidad y seguridad alimentaria, y en los que la suelta de enemigos naturales debe seguir teniendo un papel fundamental si queremos seguir siendo un referente de la horticultura en zonas semiáridas.

NUEVO DESCENSO

El uso de insecticidas y acaricidas se ha reducido un 15% esta campaña gracias a la lucha integrada

■ I. Fernández

El uso de insecticidas y acaricidas en los cultivos hortícolas de la provincia ha continuado descendiendo en esta campaña, fruto del ya tan extendido empleo de la lucha integrada como fórmula para combatir las plagas. De este modo, y según los datos hechos públicos por la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, el uso de ambos tipos de productos se ha visto reducido en entre un 10% y un 15% en relación a la campaña pasada.

Esto ha sido posible a pesar, incluso, de los problemas a los

que han tenido que hacer frente los productores en este ejercicio, fruto de una climatología adversa. En este sentido, según la Administración andaluza, “el parámetro climático que más ha condicionado este año el estado sanitario de los cultivos ha sido el elevado índice de humedad registrado en el otoño que, unido a un período prolongado de lluvias entre final de octubre y mediados de noviembre, ha marcado la campaña”. Fruto de este “período nublado”, ha aumentado la presencia de *Botrytis cinerea* en los cultivos, así como otros hongos aéreos de manera sistemática en casi todas las plan-



■ Daños ocasionados por *botrytis* en un cultivo de calabacín. /FHALMERIA

taciones. Precisamente estas incidencias han provocado que “el empleo de fungicidas haya au-

mentado entre un 30% y un 40%”, según la Junta de Andalucía.

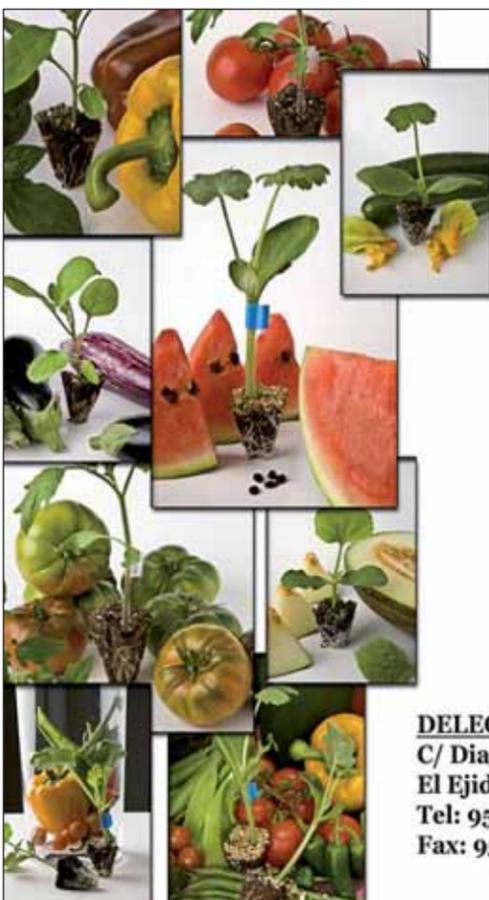
Por otro lado, desde la Administración han mostrado su preocupación por el aumento y aparición de virus transmitidos por pulgón, una de las plagas que ha aumentado su presencia en la provincia fruto, en parte, de esa drástica reducción de los tratamientos. En este caso, se ha visto la presencia de Pepper Vein Yellow Virus (PeVYV) en un 10% de las explotaciones de pimiento, mientras que, en el caso del calabacín, se ha observado también la presencia, en un 10% de las fincas, de Cucurbit Aphid-Borne Yellow Virus (CABYV). En cualquier caso, desde la Administración autonómica han afirmado que “los daños económicos no han sido significativos, al menos de momento”.

Por último, se han referido al descenso de los daños causados por plagas secundarias a casi la mitad en esta campaña.

Especial EL TOMATE Y SUS INJERTOS



Los agricultores de 9.700 hectáreas buscan las semillas del mejor tomate: Aquí están



El Plantel
SEMILLEROS



Siempre al lado del agricultor

Líderes en injertos
Pioneros en cultivo "Ecológico"

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

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

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

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

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

PRODUCTO ESTRELLA

El tomate lidera los rankings provinciales de superficie, producción y rentabilidad

Esta fruta encadena cinco campañas completas sin parar de crecer en volumen exportado a terceros países, la mayor parte a la UE-15

■ Rafa Villegas

El tomate es, con diferencia, el producto estrella de la provincia. Y es que, de entre todas las frutas y hortalizas que se comercializan desde Almería, es la que lidera los rankings por mayor superficie cultivada, volúmenes de producción e incluso en rentabilidad por metro cuadrado, variable ésta última referida a la pasada campaña, la 2011-2012.

Las cifras que registró el tomate el pasado año agrícola consolidaron su liderazgo. Además, el consejero de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía, Luis Planas, ha avanzado que en la campaña actual, la 2012-2013, el tomate ha repetido en la provincia como el cultivo con un mayor volumen de producción, "con más de 1,6 millones de toneladas", cifra muy superior a la registrada la campaña anterior.

En cuanto a los datos oficiales de la Junta de Andalucía relativos a variables como la superficie cultivada o la rentabilidad del tomate durante el ejercicio agrícola 2011-2012, recogidos en el Anuario Agrícola 2012 de fhalmería, el tomate destaca, sin lugar a dudas, sobre el resto de productos hortofrutícolas.

Así, por ejemplo, la pasada campaña se cultivaron de tomate un total de 9.124 hectáreas, 74 más que en la 2010-2011. De pimiento, segundo cultivo en importancia de la provincia, en total se cultivaron 7.388 hectáreas, nada menos que 1.736 menos.

En cuanto al volumen de producción logrado en esas más de 9.000 hectáreas de tomate, la Junta confirmó un total de 929.835 toneladas, 37.316 más que en la campaña anterior y cifra muy superior a la registrada por el pimiento, que se quedó en 512.945 toneladas.

El tomate también fue el producto más rentable para el agricultor la campaña pasada, ya que



■ Espectacular cultivo de tomate en una de las fincas experimentales de la casa de semillas Ramiro Arnedo. /FHALMERIA



■ Cultivo de tomates para ensalada de Rijk Zwaan. /FHALMERIA

los productores obtuvieron una media de 5,9 euros por metro cuadrado. Le siguió en rentabilidad el pimiento, del que se logró un beneficio medio, según los datos oficiales de la Junta de Andalucía, de 4,6 euros por metro cuadrado.

SEGUNDO EN FACTURACIÓN

Según el avance de los datos de la presente campaña hortofrutícola ofrecido por la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio

Alemania, Francia, Holanda y Reino Unido son sus principales mercados de destino

El tomate, como la mayoría de las frutas y hortalizas que se cultivan en los invernaderos de la provincia de Almería, se destinan, en su mayor parte, a la exportación.

En este caso, campaña tras campaña, los principales mercados de destino del to-

mate almeriense son, por orden de importancia decreciente, Alemania, seguida de Francia, Países Bajos y Reino Unido. Sólo especialidades tan delicadas como el famoso Raf, que no llegarían bien a destino, se quedan totalmente en España.

Ambiente de la Junta de Andalucía, en el primer trimestre de este año ha sido el pimiento el que ha ocupado, por facturación, el primer puesto de los productos exportados por la provincia de Almería, con un total de 233,8 millones de euros, lo que se traduce en una cuota provincial del 25 por ciento. No obstante, el tomate se ha quedado, en los mismos tres primeros meses de 2013, muy cerca de su principal rival, al facturar un total de 231,1 millones de euros, lo que representa el 24,6 por ciento de la cuota de mercado.

EXPORTACIONES

Otra variable positiva en la que sí destaca el tomate es en las exportaciones. Según el 'Análisis de la Campaña 2011-2012' del Servicio de Estudios de la Fundación Cajamar Caja Rural, las exportaciones de esta fruta están en aumento desde hace cinco campañas.

Así, por ejemplo, con subidas año a año, se ha pasado de 403.935 toneladas en la campaña 2009-2010 a las 493.882 de la 2011-2012. La facturación también ha ido aumentando, pasando de los 416,4 millones de euros de la 2009-2010 a los 469,28 de la 2011-2012.

AMPLIO CATÁLOGO

Top Seeds aporta un extra de sabor y de propiedades saludables en sus tomates

■ CIA

La casa de semillas cuenta en la actualidad con hasta cien variedades comerciales diferentes de este producto hortofrutícola

Las semillas de Top Seeds aportan en gran parte de sus variedades de tomate un extra de sabor y de propiedades saludables para los consumidores, y entre éstas hay variedades que tienen hasta el triple de contenido en carotenos y licopenos, incrementando las propiedades antioxidantes propias de estos frutos. Además, Top Seeds tiene una línea varietal orientada a fomentar el consumo de tomate entre los más pequeños, con variedades atractivas de diversas formas y colores, que destacan por su sabor y dulzor.

Top Seeds presenta en la actualidad hasta 100 variedades comerciales de tomate diferentes, destacando algunos productos estrella para esta campaña agrícola.

VARIEDADES

TopATILA, es una variedad de tomate ramo de extraordinario sabor, con más de seis grados Brix. Presenta unos parámetros de calidad en los que destaca un color rojo intenso, sin manchados, raquis grueso y duradero. Se trata de una fruta muy homogénea, de larga vida, con un calibre M y G. Posee además una alta tolerancia a rajado blotchy, cracking y virus como TY y SW. Se trata de una planta fuerte, entrenudos cortos para trasplantes medios de otoño. Trasplante en-



■ Tomates del amplio catálogo de variedades que tiene la casa de semillas Top Seeds. /FHALMERIA

tre el 15 de agosto y 30 de septiembre.

TopGOLAN es una variedad cherry rama de Top Seeds muy productiva, con raspa larga. Tiene una excelente conservación y es muy resistente al rajado, con una planta vigorosa y bien regulada, ideal para plantaciones de otoño y primavera. Se trata de un cherry rama de ramos com-

pactos con alta homogeneidad, intenso color rojo y gran vida tras el corte. Se recomienda para trasplantes entre el día 15 de agosto y el 30 de septiembre, en otoño, y en primavera del 1 de enero al 31 de marzo.

La gran estrella de los tomates de Top Seeds es, sin lugar a dudas, Tomachoc. Es una marca registrada que engloba a día de

hoy seis variedades diferentes, entre las que destacan los formatos Zebras y tomate negro color chocolate. Las características comerciales de los tomates Zebra es que destacan por su colorido veteado chocolate/verde y su alto poder antioxidante. Se trata, además, de un tomate delicioso al paladar por sus elevados grados Brix. Su larga vida

tras el corte lo convierten, por otra parte, en un excelente tomate para la exportación. Su especialidad más conocida es el tomate negro, color chocolate, llamado SHIR, tomate muy apreciado por su sabor y apariencia que está teniendo una alta presencia tanto en los mercados nacionales como para la exportación.

INVESTIGACIÓN

Top Seeds Ibérica está trabajando en la actualidad en obtener mejores variedades resistentes al agua salada y temperaturas extremas, con una línea de tomate 'supersabor', más dulce, y con atractivos más sugerentes para el paladar y la boca, con el objetivo de que sean variedades rentables para los agricultores y que tengan aceptación en los distintos mercados.

Otra de las líneas de trabajo en tomate de Top Seeds es la búsqueda de variedades más pequeñas, de 50 gramos hacia abajo y de distintos colores, como amarillo, rosa, morado, chocolate y muchos más.

Top Seeds Ibérica está trabajando, del mismo modo, estrechamente con empresas de control biológico encaminados a encontrar variedades en nuevas condiciones de cultivo y producción relacionadas con la lucha biológica.

TOP SEEDS
IBÉRICA

www.topseedsiberica.com

Pol. Ind. La Redonda C/ XIII, 43 local 109 04710 El Ejido (Almería) 950 48 24 37 info@topseedsiberica.com

DISTINTIVO DE CALIDAD

Sólo la provincia almeriense cuenta con un tomate avalado por una IGP europea

Las características tan diferentes con las que cuenta este producto en la zona le han valido para obtener este reconocimiento

■ Isabel Fernández

Una provincia como Almería, con casi 10.000 hectáreas destinadas al cultivo de tomate, y unos agricultores como los de las zonas de La Cañada y Níjar, especialistas en este tipo de producción, se merecían un distintivo y, desde 2012, lo tienen. Fue en junio de ese año cuando el Diario Oficial de la Unión Europea (DOUE), el día 9, recogía la inscripción de la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Tomate La Cañada en el registro europeo, que entraría en vigor el día 29 de junio.

Con esta inscripción en el registro europeo de Indicaciones Geográficas Protegidas, se ponía punto y final a un proceso que arrancó en 2008, cuando la Junta de Andalucía publicó la Orden que reconocía esta IGP por parte de la entonces Consejería de Agricultura y Pesca. Este reconocimiento comunitario, según indicaron entonces desde la Administración andaluza, “tiene una gran importancia para este producto, ya que permitirá poner en valor el trabajo y la inversión que vienen realizando agricultores y empresas, que han conseguido hacer de la necesidad virtud y de un terreno árido y con escasez de agua han conseguido obtener un producto único en el mundo por su sabor y excelente calidad”.

Y es que a nadie le cabe la menor duda de que los tomates acogidos a esta IGP son diferentes. Parte de su ‘secreto’ radica en el hecho de que el agua de riego utilizada en la zona, así como la salinidad que presentan los suelos de cultivo hacen que este tomate tenga una gran consistencia y concentración de azúcares y ácidos orgánicos. Todos estos parámetros determinan el sabor del producto, mejorando su calidad y diferenciándolo del tomate producido en otras zonas. Asimismo, le otorgan unas características físico-químicas y organolépticas que hacen que presente un



■ Los tomates de la IGP Tomate La Cañada cuentan con un sabor muy característico. /FHALMERIA



■ La salinidad del agua y los suelos de la zona lo convierten en un tomate singular. /FHALMERIA

color rojo muy intenso y que también se ha convertido en un distintivo.

El producto amparado por esta denominación es el tomate de los tipos comerciales redondo liso, asurcado, oblongo o alargado y tomate cereza o cherry. De momento, son siete las empresas que forman parte del Consejo Regulador de la IGP y que, por lo tanto, comercializan este tomate tan característico. La última en incorporarse fue Biosabor SAT, en noviembre de 2012. Antes ya lo habían hecho Casur SCA, Costa



■ Francisco López, de Vegacañada, una de las empresas de la IGP. /FHALMERIA

de Níjar SAT, Vegacañada S.A., Coprohñijar SCA, Agroponiente Natural Produce S.L. y Parque Natural S.C.A. Todas ellas se encuentran ubicadas en la zona del Campo de Níjar y el Bajo Andarax, que son las zonas acotadas por la IGP.

Desde que estas empresas comenzaron a comercializar este tomate con distintivo de calidad se han volcado no sólo en llegar a los consumidores nacionales, sino también de fuera de las fronteras del país. Entre estos consumidores extranjeros destacan, sobre todo, los alemanes, grandes compradores de las hortalizas de Almería y, cómo no, de esta fruta tan particular. En cualquier caso, y según indicaron desde el Consejo Regulador de la IGP tras su participación en el Salón de Gourmets, en Madrid, “actualmente estamos trabajando con toda Europa, aunque también seguimos abriendo fronteras por todo el mundo”. De este modo, detallaron que, “aunque es Alemania la que más nos compra ahora mismo”, los Países del Este se encuentran muy bien posicionados y, de hecho, “siempre nos han mostrado un interés creciente por que nuestros tomates llegaran hasta Moscú”. Una idea, desde luego, apasionante.

SEMILLEROS

Saliplant apuesta por la innovación y el compromiso como pilares fundamentales

Esta empresa siempre se ha caracterizado por la búsqueda de nuevas soluciones y el desarrollo de nuevos productos

■ CIA

La trayectoria de Semilleros Saliplant se puede definir con dos conceptos, innovación y compromiso. Esta empresa siempre se ha caracterizado por la innovación continua, la búsqueda de nuevas soluciones y el desarrollo de nuevos productos. Para lograr esto, el factor humano es fundamental en Saliplant, por lo que “dedicamos mucho tiempo y esfuerzo a formar a nuestro equipo en la necesidad de dar el mejor trato a nuestros agricultores. El cliente es la razón de ser de nuestra actividad, nos exige un paquete de producto, servicio y trato impecables”. Su recompensa es la fi-

delidad, por eso Semilleros Saliplant S.L. es el semillero del agricultor de más alto nivel de todo el segmento.

En estos momentos el sector semilleros se encuentra en un punto crítico, los semilleros son fundamentales en el ciclo productivo y muchas veces este concepto se olvida bajo el pretexto de la disminución de los costes. Está bien que el agricultor optimice sus costes de producción, pero la partida de planta y semilla solo supone entre un 5-8%. Ahorrar un pequeño porcentaje en la planta supone incrementar el riesgo de que su producción parta con problemas desde el inicio y con una escasa repercusión sobre el coste total.

Actualmente, Saliplant cuenta con 8 semilleros, con una superficie productiva de 15 hectáreas, con la que cubre toda la Península Ibérica, dos de ellas en producción ecológica. Dentro de este capítulo de innovaciones y mejoras,



■ Interior de una de las instalaciones de Saliplant. /FHALMERIA

la producción integrada y la lucha biológica han irrumpido con fuerza en nuestro campo, sobre todo en tomate, con la suelta de Nesidiocoris en semillero.

Por último, pero no menos importante, “tenemos que hablar sobre el injerto”. Semilleros Saliplant es especialista en el injerto de planta hortícola, tanto de solanáceas

como de cucurbitáceas. “Contamos con más de 20 años de experiencia en este tema, siendo los pioneros en la introducción de injertos en la zona, lo que nos ha mantenido en la vanguardia de la técnica pero unida a una absoluta seguridad y control del proceso”.

Como conclusión, en Semilleros Saliplant son conscientes de

lo importante que es para el agricultor la fecha de entrega de su planta, la sanidad de la misma, la seguridad que necesita, etc. “Sabemos que un agricultor serio y profesional demanda la misma seriedad en sus proveedores”.

Por este motivo, la prioridad de la entidad y su esfuerzo se centra en la perfecta coordinación de los requisitos de sus clientes y su servicio, especialmente en productos complejos como el injerto, el cultivo hidropónico, etc. Así, para cubrir éste, “hemos ampliado nuestra capacidad de producción e injertado de manera que nos permita servir la planta justo en la fecha solicitada, incluso en los momentos de máxima demanda (15 hectáreas y más de 100 millones de plantas producidas al año lo corroboran)”.

Finalmente, desde Saliplant indican que “nuestro porcentaje de cumplimiento, avalado por la norma ISO9000, y nuestra capacidad productiva nos permiten decir que somos fieles cumplidores de las expectativas que nuestros clientes depositan en nuestra empresa. Semilleros Saliplant es la empresa del agricultor de vanguardia, del agricultor que valora la profesionalidad y la seriedad”.



Especialistas en injertos hortícolas

Aumente su producción en **cantidad, calidad y rentabilidad**

+34 958 623 376
www.saliplant.com

Saliplant
semilleros

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

EN LA UAL

Los consumidores alemanes valoran mucho el sabor de los productos, según Edeka

I. F. G. Los consumidores alemanes, los principales clientes de las hortalizas españolas, entre ellas el tomate, valoran mucho el sabor de los alimentos y lo harán aún más en un futuro no muy lejano. Así lo afirmó Francisco Contreras, director de Marketing de productos frescos de Edeka, durante su participación en las Jornadas Internacionales de Agricultura organizadas por la Universidad de Almería (UAL).

Según Contreras, en unos años, la selección de productos será clave para el consumidor alemán, que, además, valorará mucho más el sabor de las frutas y hortalizas que adquiere. En este sentido, afirmó que “el problema de Almería es el sabor” y, pese a que dijo sentir comentarlo, lo cierto es que añadió que “los tomates de Marruecos tienen muchísimo más sabor que los de Almería”.

Hasta hace unos años, el sabor en frutos como el tomate era algo relegado a un segundo plano; por delante siempre aparecía la necesidad de que estos productos contasen con una larga vida comercial, habida cuenta de que sus destinos finales iban a estar, en muchos casos, muy lejos de las fronteras nacionales. En cualquier caso, en los últimos años, las casas de semillas se han hecho

eco de una necesidad que han ido encontrando las comercializadoras y que no es otra que equilibrar este buen sabor de productos como el tomate con una larga vida comercial. De momento, son muchas y muy diferentes las variedades comerciales que existen en el mercado y que tratan de responder a demandas de consumidores como el alemán, que prima un producto con buen sabor por encima, incluso, de su precio.

OTRAS TENDENCIAS

Junto a ese valor que los compradores germanos otorgan al sabor del tomate, Francisco Contreras se refirió a cuestiones como los residuos o la seguridad alimentaria, temas de los que, según dijo, los productores almerienses no tienen de qué preocuparse. “En el promedio de residuos, España está en una posición muy buena, lo mismo que en el promedio de cantidad de pesticidas por país”.

Por último, el director de Marketing de productos frescos de Edeka se refirió a los seis tipos de consumidores que tiene definidos su empresa y que se caracterizan por elegir productos diferentes. “Lo importante es la cercanía. El mensaje es que no importa tanto el precio como la calidad del producto y su sabor, que tiene mucha más importancia de la que pensamos”.

MÁS SOSTENIBLE

Tres de cada cuatro hectáreas de tomate ya se hacen con lucha integrada

I. F. G. Tres de cada cuatro hectáreas de tomate cultivadas en Almería en esta campaña ya se hacen con lucha integrada. De hecho, y según cifras de la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, cuando acabe el ejercicio, se habrán cultivado en Almería unas 7.350 hectáreas de tomate con lucha integrada, de las

casi 10.000 que se habrán cultivado en total.

Este ‘boom’ se debe, fundamentalmente, al éxito alcanzado por las sueltas de *Nesidiocoris tenuis* en semilleros como fórmula para combatir plagas tan agresivas como la *Tuta absoluta*, que tantos daños generó con su llegada a Almería. Hoy por hoy, la lucha integrada está ya más que implantada en este cultivo en la provincia.

NOVEDAD



Detalle del sistema radicular de Silex.

Silex, el nuevo portainjertos de Semillas Fitó para tomate que ofrece una alta resistencia a nematodos

Éste es un portainjertos de vigor medio que ayuda a las variedades a pasar bien el invierno y a llegar con alta calidad a la primavera

■ CIA

Una de las demandas de los horticultores profesionales ha sido, desde hace tiempo, la necesidad de un portainjertos de tomate que verdaderamente sea resistente a nematodos, ya que existen portainjertos líderes que no ofrecen esta protección a diversas enfermedades de suelo.

Como cuenta Salvador Peramo, Product Manager de solanáceas de tomate de Fitó, “el portainjertos Silex se ha desarrollado en los últimos años en diversos países del mundo, incluidas las estaciones de ensayo de Fitó en Barcelona y Almería, buscando dar respuesta a la más amplia gama de resistencias a virus y enfermedades que pueden afectar al tomate”.

Cada suelo es diferente y cada zona productora, ya sea México, Turquía, Marruecos, Portugal, Italia o España tiene problemas diferentes: “Con Silex hemos conseguido un portainjertos muy elástico por su amplia gama de resistencias, como puede ser a nematodos y *Fusarium Radici*, muy importante para Almería, o a la raza 3 de *Fusarium*, que es fundamental para México, por ejemplo”, afirma Salvador Peramo.



Portainjertos Silex, resistente a nematodos.

En concreto, Silex presenta las siguientes resistencias: ToMV, *Fusarium 0-2*, *Fusarium radices*, *Verticillium*, *Corky-Root* y nematodos.

A nivel de planta, Silex es un portainjertos de vigor medio, con un potente sistema radicular, aportando al cultivar una mayor producción y calibre de fruto, pero manteniendo su calidad y uniformidad sin incrementar el exceso de vigor. Para Antonio Muñoz, responsable comercial de tomate de Semillas Fitó en Almería, “las variedades comerciales de tomate que utilizan el portainjertos Silex pasan muy bien

el invierno y llegan a la primavera con una muy buena calidad de fruto, lo que ayuda indudablemente a mejorar la producción y comercialización del tomate”.

Según Antonio Muñoz, “Silex está teniendo una excelente acogida tanto entre los productores de tomate de Almería, que ya lo han probado en su fase pre-comercial, como entre todos los semilleros de Almería y Granada, que han podido conocerlo en visitas de campo. Silex convence, ya que es muy resistente a nematodos y potencia la calidad de las diferentes variedades injertadas”.

INVESTIGACIÓN

IFAPA logra aumentar un 20% la producción de Raf añadiendo más CO₂

Investigadores del centro de La Mojonera han realizado este estudio con el fin de mejorar el modelo productivo y la calidad del fruto

■ CIA

El tomate Raf tiene mucha aceptación por parte de los consumidores, ya que se trata de uno de los productos que mayor sabor tienen, además de ser uno de los menos habituales en el mercado. Un grupo de investigación del Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera de Andalucía (IFAPA) ha conseguido elevar la producción de tomate Raf hasta un 20% incorporando más dióxido de carbono (CO₂) al clima del invernadero.

La responsable de la investigación, Pilar Lorenzo, ha explicado que esta variedad de tomate tiene “muchísima aceptación” por parte de los consumidores, si bien las condiciones de salinidad necesarias para su cultivo provocan una reducción “considerable” de la producción.

CONTROL CLIMÁTICO

Por ello, se está desarrollando esta investigación sobre el control climático del invernadero mediterráneo para mejorar el modelo productivo y la calidad de la producción de variedades hortícolas de alto valor comercial en el centro del IFAPA en La Mojonera.

Para aumentar la producción, la investigación se centra en incorporar más dióxido de carbono a la atmósfera del invernadero,

lo que supone un aumento del proceso de fotosíntesis y un incremento de la producción. Según Lorenzo, la concentración de dióxido de carbono en la atmósfera del invernadero es de 385 partes por millón, “por debajo del nivel óptimo para el crecimiento de la planta, que es de 900 partes por millón”. Con la aportación extra de dióxido de carbono y, según los resultados preliminares, “se mitiga el efecto nocivo de la salinidad y se acrecienta la producción, sin provocar efectos nocivos en los componentes nutritivos del tomate”. Igualmente, Lorenzo ha señalado que estas prácticas se hacen desde hace tiempo en Europa y, en el caso de esta investigación, “el dióxido se incorpora a través de tanques y cilindros”.



■ Tomate Raf recién recolectado. /IFAPA



NOVEDAD

Portainjertos **Silex**

Alta resistencia a NEMÁTODOS

RESISTENCIAS:
 ToMV/Fol: 0-2/For/Vd/Mi/PI
 ToMV: Virus del mosaico del tomate
 Fol: 0-2: Fusarium 3
 For: Fusariosis radicular
 Vd: Verticiliosis

Con SILEX olvídate de los NEMÁTODOS y asegúrate un tomate de calidad.



www.semillasfito.com



PRIMER BALANCE

La superficie de tomate asurcado aumenta en detrimento del cuello verde ensalada

■ Elena Sánchez

A pesar de que la campaña de tomate asurcado no ha terminado aún en la provincia almeriense, ya se puede comenzar a hacer un primer balance de cómo están los datos en cuanto a producción, calidad o precio de este tipo de tomate. En este sentido, Ángel Pina, coordinador técnico de Agrupalmería, explica que la superficie de asurcado en el presente ejercicio agrícola “sigue en crecimiento, sobre todo porque la demanda del cuello verde ensalada está bajando estos años”. A pesar de que no se conocen cifras exactas todavía, puesto que la campaña se mantendrá hasta el 30 de junio, el dato positivo que se registra es que la superficie de producción va en aumento cada año.

Sin embargo, es cierto, que como “ha pasado con el resto de tipos de tomate”, las condiciones climatológicas “no han acompañado nada a nuestra producción, ya que hemos tenido muchas lluvias y mucha humedad, además, nosotros lo notamos más, puesto que este tomate es mucho más complicado y delicado de tratar”.

PRECIOS

En cuanto a cotizaciones, es cierto que este tomate siempre tiene unos precios algo más altos que el resto de tipos, además de que el mercado tiene un precio

Cada campaña son más los agricultores que se decantan por la producción de este tipo de tomate. Además, sus precios han estado elevados, ya que, en estos momentos, la provincia almeriense no tiene competencia ni nacional ni internacional



■ Producción de tomate Raf en invernadero. /FHALMERIA

más elevado porque “no tenemos competencia con nadie más, ni con la zona de Poniente, ni con Marruecos, por ejemplo”. En este ámbito lo que se trata es de “lograr calidad y no producción, ya que el asurcado se diferencia del resto por su sabor y su calidad, por lo que nosotros no competimos en kilos”, indica Ángel Pina.

Es cierto que los agricultores que se dedican al cultivo de este

Frutos de gran calidad, que destacan por su forma aplastada y cuello verde muy marcado

El tomate asurcado se caracteriza por su forma aplastada, con cuello verde muy marcado y de unos 150g a 180g de peso medio, aproximadamente. Son frutos de vida corta, ya que maduran

y pierden consistencia con rapidez.

Para conseguir una producción aceptable en cantidad y calidad, este tipo de tomate requiere unas condiciones de cultivo especiales.

tomate son más experimentados porque han trabajado siempre con este tomate o “vienen de tener tomate ensalada que digamos es el paso previo al Raf y ya cuentan con algo más de manejo”.

Y es que Agrupalmería es una de las principales empresas que se dedican a comercializar tomate asurcado (entre otros) y tiene una alta experiencia dentro del entorno del mismo.

COTIZACIONES

El mes de mayo da un vuelco en los precios salvando al asurcado y rama G

■ E. S. G.

Los precios del tomate en la provincia almeriense han variado bastante en tan solo un mes, ya que durante los días de abril, este producto ha gozado de altas cotizaciones permitiendo a sus agricultores obtener un buen precio por cada una de sus partidas, sin embargo, en mayo las cosas han cambiado y no para mejor. Parece ser que durante los últimos días, los únicos tipos de

tomate que se están salvando en las pizarras son el asurcado, sobre todo el G, que está cotizando a precios que superan los dos euros el kilo; y el rama G, cuyo precio medio a finales de mayo se registraba por encima de los 80 céntimos de euro el kilo.

El asurcado GG y el GGG también han estado por encima del euro como precio medio.

En cuanto a otros tipos de tomate, el cherry rama cierra el mes de mayo rozando los 80 céntimos de euro, seguido de los tomates larga vida G y GG que rozan los 50 céntimos en ambos casos. Los tomates lisos también se mantienen por encima de los 40 céntimos, al igual que el rama M, y por debajo de estas cifras se quedan otros tipos como el pera rama o el asurcado larga vida que registran de media entre 37 y 39 céntimos de euro el kilo. Los peor situados son el pera y rama MM, que cotizan a solo 15 céntimos.



■ Tomate rama. /FHALMERIA

INNOVACIÓN

SEIPASA presenta su estrategia de Residuos Cero® contra la Tuta absoluta

La combinación de los tratamientos de Seipasa, Piretrina y Abenta, permite proteger el cultivo contra la entrada de esta plaga

■ CIA

Seipasa presenta su estrategia de Residuos Cero® para el manejo y control de Tuta absoluta. La combinación de los tratamientos de Seipasa, Piretrina y Abenta, permite proteger el cultivo y evitar la entrada masiva del microlepidóptero; así como reducir la población del mismo.

Por su parte la Piretrina Seipasa está avalada por más de 30 ensayos oficiales de registro (EOR), que demuestran su eficacia en distintos cultivos y frente a múltiples plagas. Aplicada tanto en los momentos iniciales como en los de mayor infestación, la Piretrina Seipasa nos per-



■ Esto es lo que hace la Tuta absoluta en tomate si no se toman medidas de protección. /SEIPASA

mite alcanzar larvas y adultos de Tuta, provocando su muerte en pocos minutos y con una alta eficacia. Su especial formulación, sin butóxido de piperonilo, ga-

rantiza unos cultivos sanos y unas cosechas libres de residuos.

En cuanto a Abenta Seipasa, sus destacados efectos se deben a la combinación de dos accio-

nes complementarias. Dichas acciones generan alrededor del cultivo un ambiente de confusión que interfiere su localización por la plaga; al tiempo que

afecta al reconocimiento entre machos y hembras de Tuta. Este modo de protección reduce las puestas sobre el cultivo y detiene el avance de la plaga, minimizando el impacto sobre la fauna auxiliar y siendo complementario al uso de control biológico.

TECNOLOGÍA RZ

Asimismo todos los productos están formulados siguiendo la tecnología RZ desarrollada por el Departamento de I+D+i de Seipasa, que cuenta con las técnicas más avanzadas y un completo equipo de profesionales. Todo el proceso de desarrollo y formulación de los productos dispone de pruebas analíticas mediante HPLC, cromatografía de gases y estabilidad, y seguridad de los formulados; junto con los rigurosos estudios en su centro experimental para asegurar un óptimo funcionamiento en campo.

Estos son los hitos de presente y los objetivos de futuro que animan al equipo de Seipasa a seguir investigando y desarrollando una tecnología totalmente natural al servicio de nuestra agricultura.

TENDENCIA

Cada vez son más frecuentes las críticas a algunos insecticidas convencionales por sus posibles efectos perjudiciales sobre las abejas y otros insectos polinizadores. Seipasa ofrece como alternativa el insecticida sin residuos PIRETRINA SEIPASA.



Respetuoso con las abejas

Piretrina Seipasa

Insecticida natural sin residuos alternativo a los **neonicotinoides**.



Piretrina Seipasa
CONCENTRADO EMULSIONABLE (EC)
Composición: Piretrina 4% (Extrato de Pálmar) (CIGV)
Contenido neto: **5 litros**

Avalado por ensayos oficiales:

% EFICACIA FRENTE AL TESTIGO
Datos obtenidos del ensayo EOR 463-E26IE.

Producto	Concentración	% Eficacia
Piretrina SEIPASA	a 100 ml/hl	80
Piretrina SEIPASA	a 200 ml/hl	95
Imidacloprid	a 75 ml/hl	79

7 DA-A

<http://www.seipasa.com/area-clientes/login.html>

Accede ya a nuestra área de clientes



consulta a nuestros expertos:
tel. 902 024 874 • seipasa.com





BENEFICIOS



■ Primera plana de tomates microinjertados de Semilleros El Plantel. /FHALMERIA

Semilleros El Plantel ofrece más producción y precocidad con su microinjerto en tomate

■ Rafa Villegas

Con esta técnica, depurada con la experiencia y la investigación, el patrón y la variedad cicatrizan al cien por cien, y no entre el 50 y el 70 por ciento, como venía siendo habitual. El riesgo de enfermedades fúngicas se reduce considerablemente

Semilleros El Plantel continúa apostando por la investigación para innovar y conseguir injertos que aporten importantes ventajas a sus agricultores. Así, por ejemplo, en el caso del tomate, la empresa ha depurado una técnica de microinjerto que conlleva toda una serie de beneficios para los productores, traducidos en mayor precocidad y, sobre todo, más producción.

El técnico de Semilleros El Plantel en la zona de Níjar, David Sánchez, ha explicado que el microinjerto que realizan en tomate se hace con plantas de menor calibre, “de entre 1,6 y 1,8 de grosor, cuando lo normal es de entre 2,2 y 2,5”. Con ello, se-

gún ha asegurado, “trabajamos con una planta menos leñosa, lo que hace más fácil el prendimiento entre el patrón y la variedad”.

Lo que se está consiguiendo evitar con el microinjerto de El Plantel son los problemas derivados de uniones imperfectas entre patrón y variedad, lo que se traduce en foco de entrada para enfermedades y patógenos, especialmente en los meses de diciembre y enero, cuando las temperaturas son bajas y la humedad elevada.

Sánchez ha asegurado que, “mientras que lo normal es que

los injertos conlleven la cicatrización entre patrón y variedad a un porcentaje de entre el 50 y el 70 por ciento del total, con nuestra técnica cicatriza la planta al cien por cien”. Ello significa un mejor movimiento de los nutrientes en la planta, muy necesario en suelos precarios de nutrientes y estructura; así como un sistema radicular del patrón mucho más fuerte.

VENTAJAS DE ESTA TÉCNICA

Además de una mayor precocidad y una mayor productividad, David Sánchez ha asegurado que con el microinjerto en tomate de

Semilleros El Plantel, “las plantas son más vigorosas y se mejora, considerablemente, la calidad de la fruta”.

Todas estas ventajas sorprenden gratamente a los agricultores. Es por ello que en los dos años que Semilleros El Plantel viene ofreciendo este tipo de injerto en tomate se ha incrementado su demanda, muy especialmente de productores de la zona de Níjar, que compran su injerto en las instalaciones que tiene la empresa en San Isidro, así como de la zona de La Cañada y de Vícar, municipio donde El Plantel cuenta también con instalaciones.

En cuanto a las cifras, en el último año, según ha confirmado el técnico para la zona de Níjar de El Plantel, David Sánchez, “producimos entre 7,5 y 8 millones de tomates injertados con esta técnica”.

De la técnica cabe destacar, además, que se realiza en un cepellón muy pequeño, trasladándose las plantas, una vez que están prendidas, a otro cepellón. Así se consigue una raíz nueva, fuerte. En otros semilleros, por el contrario, la planta injertada permanece siempre en el mismo formato, por lo que la raíz gira sobre sí misma y es más vieja.

El productor logra un ahorro al ser útil casi el 100% de la plantación

El microinjerto en tomate de Semilleros El Plantel, además de no ser más caro que los injertos más tradicionales, también supone un ahorro al agricultor por otro motivo. Y es que, según ha explicado el técnico de la empresa en la zona de Níjar, David Sánchez, “hay semilleros que para conseguir, por ejemplo, 5.000 ó 6.000 plantas de tomate injertadas te piden un 20 por ciento más de plantas para suplir las que no prosperan, algo que no hacemos nosotros”.

Y es que, como ha asegurado Sánchez, “nosotros conseguimos una media de 988 injertos útiles de mil semillas, es decir, prácticamente el cien por cien de las plantas”.

Ello implica un ahorro económico muy importante para los productores de tomate.

Modernas instalaciones y personal especializado son las claves del éxito

La última tecnología en sus instalaciones y un personal muy especializado están entre las claves fundamentales que han llevado a Semilleros El Plantel a conseguir un rotundo éxito con su propuesta de microinjerto en tomate.

Al respecto, el técnico de la empresa en la zona de Níjar, David Sánchez, ha ase-

gurado que “debido a la última tecnología con la que contamos, no todos los semilleros de la competencia podrían injertar como lo hacemos nosotros”.

De entre toda la tecnología, Sánchez ha destacado muy especialmente “las buenas cámaras de prendimiento con las que contamos en nuestras instalaciones”.

Del mismo modo, Sánchez ha reconocido la labor “del personal de Semilleros El Plantel encargado de llevar a cabo los injertos”. Y es que, como ha explicado, “son verdaderos especialistas y llevan injertando con nosotros tres años”.

Con esta combinación entre el factor humano y la tecnología, Semilleros El Plantel ofrece un tomate injertado con el que los agricultores consiguen un plus de producción y sanidad vegetal.

MONSANTO

Seminis presenta nuevas variedades con alto contenido en azúcar y excelente conservación

■ Elena Sánchez

Seminis cuenta con un amplio catálogo de tomate destinado a la provincia de Almería, con el fin de ofrecer en cada variedad aquellas exigencias que el agricultor tiene a la hora de trabajar con un producto. En este sentido, la marca perteneciente a Monsanto presenta tres nuevas variedades, con el fin de seguir innovando y ofrecer al campo lo mejor en cada segmento. La primera de las variedades es el cherry amarillo SV0948TS, fruto con un alto contenido en azúcar y muy homogéneo en calibre, con alta resistencia al rajado. Entre las características más destacadas de este cherry es que cuenta con una excelente conservación y atractiva apariencia externa, además de que se trata de una planta muy vigorosa y con una producción equilibrada a lo largo del ciclo. Tiene alta resistencia a ToMV:0-2/ToTV/Ff:A-E/Fol:0,1/Va:0/Vd:0 e intermedia a TYLCV.

También dentro de la gama de los cherry, Seminis presenta SV0594TC, un tomate muy atractivo para el consumidor por su color y alto nivel de azúcar, así como para el agricultor por su gran producción. De hecho, se trata de una variedad que cuenta con frutos de tamaño regular todo el ciclo y mínimo rajado, con un peso medio de 13 gramos. Además, su planta de gran vigor está adaptada a ciclos largos y cortos.

Se trata del cherry amarillo SV0948TS, el cherry SV0594TC y el tomate SV7841TH. Además, la marca de Monsanto también hace referencia a sus variedades en rama Ventero y Mayoral, que son referentes en el mercado



■ Cherry nuevo SV0594TC. /FHALMERIA

Finalmente, la tercera novedad es SV7841TH, un tomate de calibre G, de alrededor de 215 gramos durante todo el ciclo, que cuenta con una gran postcosecha gracias a su excelente dureza y conservación. Es una variedad indicada para todo tipo de suelos, incluso salinos y cansados al aire libre, en malla e invernadero. Desde Seminis explican que la planta de este tomate tiene un gran vigor y está especialmente indicada para ciclos largos, así como para ciclos cortos de primavera. Cuenta con una alta resistencia a ToMV/TSWV/Ff2:2,4/For/Fol:0,1/Va/Vd y resistencia media a TYLCV/Ma/Mi/Mj. Igualmente,

dentro del catálogo de tomate de Seminis, los agricultores cuentan con Mayoral, una variedad muy conocida en el sector hortofrutícola para recolección en rama. Se trata de una planta de porte abierto y con buena cobertura foliar, que se adapta perfectamente a un ciclo largo. Desde la marca de Monsanto indican que Mayoral, variedad adaptada a la lucha integrada, es un fruto uniforme, de forma achatada y gran color en rojo. Gracias a su larga vida, los calibres M y G tienen una gran consistencia.

Ventero también está teniendo éxito entre sus agricultores, ya que esta variedad referente en el



■ En abril, Seminis reunió en Varsovia a los expertos de Iberia en el Tomato Expert Panel.

mercado y para recolección en rama cuenta con un fruto muy uniforme, de forma ligeramente achatada y con buen color rojo y brillo intenso. Su planta tiene un vigor medio con buena cobertura foliar y se adapta muy bien a ciclos largos y las condiciones de invierno, permitiendo dar un ramo compacto y bien configurado. Tiene una gran tolerancia a cracking y microcracking y es resistente al virus del Mosaico, Fusarium 1,2, Verticilium, nematodos y virus de la cuchara.

TOMATO EXPERT PANEL

Por otro lado, y con el fin de conocer nuevos e interesantes mercados, Seminis reunió a finales

de abril, en Varsovia, a los 35 principales expertos de Iberia en el Tomato Expert Panel. Una iniciativa con la que también se pretende dar la oportunidad a los asistentes de compartir opiniones y experiencias en los distintos foros de debate y tratar temas como las necesidades de mejora en cultivo de tomate; comercialización y nuevos mercados; control integrado; demanda de los supermercados; o manejo de cultivo en diferentes zonas geográficas.

Además, durante el viaje, la entidad tuvo la oportunidad de conocer al principal productor de tomate y pepino de la zona en invernaderos de cristal Mularski.

VIGOR

Beaufort Multifort Optifort Maxifort

la solución más productiva

De Ruiter
Sharing your passion. Seeding your success.

EVOLUCIÓN



■ Plantación de tomates de la casa de semillas MedHermes, empresa que apuesta por la recuperación del característico sabor mediterráneo. /FHALMERIA

El tomate es el cultivo que ha experimentado mayores mejoras varietales desde los años 60

■ Rafa Villegas

Los agricultores han producido desde tomates más primitivos, como es el caso del Cuarenteno y el Muchamiel, a los larga vida que revolucionaron la comercialización al llegar en perfectas condiciones a cualquier supermercado del Viejo Continente

El tomate es, entre todas las frutas y hortalizas que se cultivan en la provincia, desde que se instaló el primer invernadero en la década de los 60, el cultivo que ha experimentado mayores progresos varietales.

Haciendo un poco de historia, las primeras variedades de tomate que se produjeron en la comarca del Poniente almeriense y se comercializaron fueron el Cuarenteno y el Muchamiel, entre otras. Ambas fueron sustituidas, poco a poco, por otros tipos de Marmande.

A continuación, en los invernaderos locales se empezaron a sembrar otros tipos de tomate, como es el caso del americano,

de variedades como el Early Pack y el Vs-3.

Lo cierto es que, gracias a los continuos avances en investigación, por parte de las casas de semillas, así como de modernización y perfeccionamiento de técnicas, por parte de los semilleros, el tomate cuenta en la actualidad con un amplio abanico de variedades que destacan por sus resistencias a virus y nematodos, su cada vez mayor productividad y, no menos importante, una apuesta firme por calibres comerciales y el sabor.

Hoy día se cultivan tomates en los invernaderos almerienses para

todos los gustos, desde los tomates de ensalada larga vida, que llegan en óptimas condiciones a la mesa de los ciudadanos de todos los países europeos, pasando por las variedades que se demandan más en ramo, así como los cherrys, los tipo pera y, como no podía ser de otra manera, aquellos que no destacan por su estética sino por su excelente sabor, como es el caso del Raf y el corazón de buey, entre otros.

CON MÁS RESISTENCIAS

El trabajo que desempeñan los investigadores de las diferentes casas de semillas, buscando va-

riedades cada vez más resistentes y que se adapten a la perfección a las condiciones climáticas bajo plástico de la zona que va de Adra a Níjar, por la costa, ha dado sus frutos. Así, los agricultores cuentan en la actualidad con variedades con más resistencias, lo que garantiza mejores campañas en todos los sentidos.

Así, por ejemplo, la inmensa mayoría de las variedades de tomate que comercializan las casas de semillas que trabajan en la provincia tienen ya alta resistencia a las dos principales enfermedades víricas que afectan al cultivo de tomate. Se trata, concretamente, de dos virus que han causado estragos durante campañas en los invernaderos, como es el caso, por un lado, del virus del mosaico del tomate y, por el otro, del denominado virus del bronceado del tomate.

Las enfermedades fúngicas que más afectan al tomate son la botrytis, el mildiu y el oídio. Con el injerto en tomate lo que se consigue es una reducción espectacular del contagio de hongos presentes en el suelo a la planta, por lo que se reduce el riesgo de transmisión. Con el injerto la planta es más fuerte, sana y productiva, todo un avance.

El injerto es un arma contra los problemas de suelo en la finca

Los beneficios del injerto en tomate son, aparte de plantas con menos enfermedades fúngicas, cultivos más fuertes y productivos. Lo cierto es que mucho ha evolucionado esta técnica desde que, a mediados de los años 90, lo empezaran a ofrecer semilleros en la provincia.

Contar con unas modernas instalaciones, un personal

cualificado y conocer una técnica de injertar que funcione son tres requisitos indispensables para cualquier semillero que se precie.

Las técnicas varían de un semillero a otro. En Semilleros El Plantel, por ejemplo, apuestan por el microinjerto, llevándose a cabo con plantas de menos calibre de lo habitual, lo que facilita el

prendimiento entre el patrón y la variedad.

En Semilleros Laimund han modificado con los años su técnica, pasando de una japonesa a una holandesa, que le ha dado muy buenos resultados. Semilleros Crisel, por su parte, garantiza dos tallos parejos antes de llegar a la finca, junto al resto de beneficios que conlleva el injerto en tomate que, pese a ser más caro que una planta sola, es muy beneficioso contra los problemas de suelo.

Daniela y Raf son dos variedades que han hecho historia en Almería

Existen dos tipos de tomate que, sin lugar a dudas, han hecho y siguen haciendo historia en la provincia. Se trata, como no podía ser de otra manera, del Daniela, todo un histórico, y el Raf, que es el tomate más gourmet.

Daniela es una variedad de tomate de ensalada de larga vida que ha marcado, en positivo, a toda una generación de productores, mientras que el Raf es el tomate más apreciado por los consumidores más gourmets y, del mismo modo, por establecimientos de productos exclusivos y restaurantes de toda España. Eso sí, al contrario que el Daniela, el tomate Raf tiene el hándicap de que se conserva en perfecto estado muy pocos días, por lo que su único mercado de destino es el territorio nacional.

PERA, PINTÓN, CHERRY

Ramiro Arnedo apuesta por variedades atractivas con gran sabor y calidad de fruto

■ Elena Sánchez

Ramiro Arnedo Semillas cuenta con un catálogo de variedades de tomate más que interesante para el agricultor, gracias a la diversidad de las mismas, así como a la gran calidad de la que goza cada una de ellas. En este sentido, y como novedades, se encuentra Bronco F1, un cherry rama muy productivo y de buen sabor que cumple con las exigencias de los productores. De hecho, Bronco F1 destaca por ser una planta vigorosa, de entrenudos medios y porte entreabierto. Su fruto tiene una alta resistencia y buena conservación, con un ramo casi perfecto. En cuanto al peso del fruto, éste cuenta con un peso medio de entre 28 y 32 gramos. Según informan desde Ramiro Arnedo, esta variedad de cherry rama es aconsejable para trasplantes entre el 15 de julio y el 15 de septiembre.

Bronco F1 tiene alta resistencia a ToMV (mosaico del tomate), así como a Fol (fusarium); al igual que cuenta con una resistencia media a TYLCV (virus de la cuchara) y nematodos.

Por otro lado, y también como novedad, Ramiro Arnedo ha puesto a disposición del agricultor Kikuyu F1, un tomate pera grueso de porte compacto y entrenudos cortos. Está recomendado para plantaciones medias y tardías en ciclos cortos. Entre las características más destacadas de Kiku-

La casa de semillas destaca dentro de su amplio catálogo a Bronco F1, un cherry rama muy productivo y de buen sabor, así como a Kikuyu F1, un tomate tipo pera grueso de forma oval alargada y de color rojo intenso



■ Bronco F1 es un tomate de gran sabor y muy productivo. /FHALMERIA



■ Pasadena F1 destaca por la excelente calidad de fruto. /FHALMERIA

yu F1 se encuentra su facilidad de cuaje, su forma oval alargada, su color rojo intenso, así como su buena conservación postcosecha. El peso medio de esta variedad está entre los 140 y los 170 gramos.

Pasadena F1 también forma parte de este amplio catálogo de variedades de Ramiro Arnedo. Se trata, concretamente, de un tomate grueso, muy temprano y precoz, con el que se está teniendo mucho éxito. La superficie del fruto es muy lisa, no tiene cuello

verde y su color rojo intenso hace que sea aún más llamativo a la hora de su comercialización. Pasadena F1 destaca también por su dureza y uniformidad, con un peso de 250 a 350 gramos por fruto.

PINTÓN

Dentro de la familia de los tomates pintón, cabe destacar una novedad, Masai F1. Se trata de una variedad vigorosa con planta de porte semi-abierta, con entrenudos de longitud media. Sus fru-

tos son de forma esférica, algo aplanados y asurcados, de calibre G y GG, y con un peso medio entre los 250 y los 300 gramos.

De hecho, uno de los aspectos más destacados de esta variedad de tomate es su color atractivo, de ahí que se recomiende su recolección en pintón. Igualmente es valorado por ser muy consistente y por su alta resistencia a ToMV, V, Fol, For y Ff, así como resistencia media a TYLCV y nematodos.

Las variedades de tomate cherry son muy importantes dentro de Ramiro Arnedo, de ahí su elevada oferta. En esta ocasión, cabe destacar Paimé F1, un tipo cherry pera que goza de un fruto resistente al rajado y de una planta con vigor alto, de entrenudos medios y porte abierto. Este tomate es de éxito seguro, debido a que se diferencia por su gran sabor y excelente calidad, así como por su alta resistencia a ToMV. Este cherry pera está aconsejado para ciclos largos.

TOMATE
PASADENA



RAMIRO  ARNEDO
semillas

Paraje La Molina, 54 • 04716 Las Norias de Daza, Almería

Tel. 950 587 991 • www.ramiroarnedo.com

LÍDER

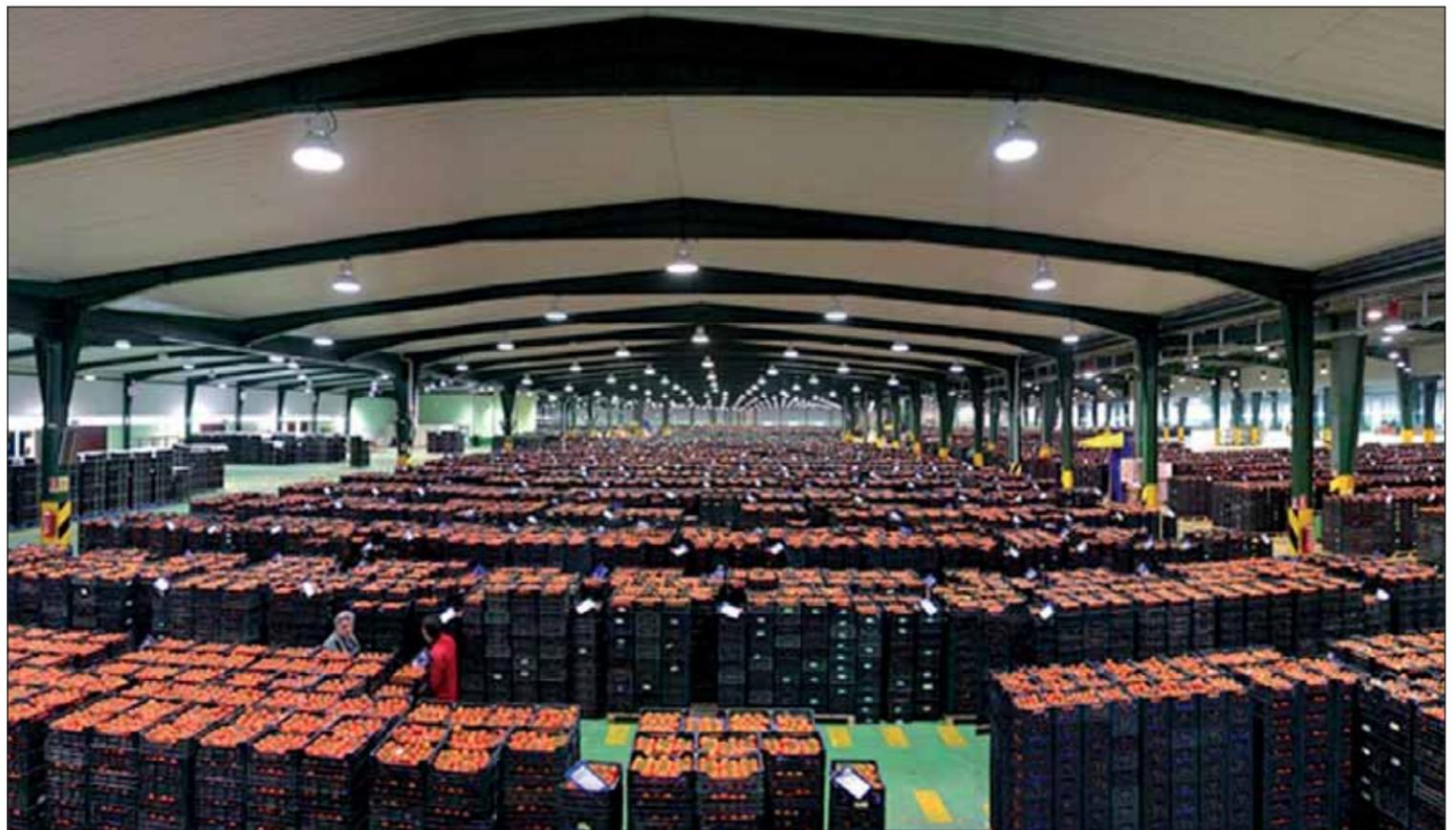
Almería se hace en enero con más de la mitad del mercado europeo de tomate

■ Isabel Fernández

El tomate es, mes a mes, el producto más exportado por la provincia de Almería, sin embargo, es en enero cuando alcanza su mayor cuota de mercado en los diferentes países comunitarios. Según los datos facilitados por la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA), el tomate provincial alcanza en el mes de enero una cuota de mercado del 55% en Europa, haciéndose, de este modo, con más de la mitad del mercado comunitario de esta hortaliza. Sólo en enero de este año, Almería exportó a la Unión Europea (UE) tomates por valor de 83,47 millones de euros, el 25% del total de las exportaciones provinciales en ese mes.

Desde diciembre a abril, prácticamente, y según se desprende del 'Análisis de la Campaña Hortofrutícola de Almería. Campaña 2011/2012', elaborado por el Servicio de Estudios de la Fundación Cajamar Caja Rural, el tomate español, y por ende el almeriense, domina el mercado europeo, con cuotas de mercado que oscilan entre el 35% y el 40%. Sin embargo, entre mayo y octubre, es Holanda el país que satisface las demandas de tomate de los consumidores comunitarios, con cuotas de mercado que, en su caso, oscilan entre el 30% y el 50%. Las producciones es-

Según datos de HORTYFRUTA, la provincia alcanza una cuota de mercado del 55% a principios de año en la Unión Europea. Holanda y Marruecos son, por este orden, los segundos y terceros proveedores de este producto a los mercados comunitarios



■ Las comercializadoras de Almería surten de tomate a los consumidores europeos en fechas en las que nadie más puede hacerlo. /FHALMERIA

pañolas y holandesas son complementarias, aunque no se descarta que los movimientos producidos tanto al inicio como al final de la campaña en Holanda repercutan en el devenir del ejercicio en España. Sin ir más lejos, en el mes de mayo, el tomate almeriense gozó de unos precios bastante buenos debido, precisamente, a una menor presen-

cia del producto holandés en los mercados como consecuencia de ciertos problemas en el desarrollo de sus plantaciones al inicio del ciclo.

MARRUECOS

El tercer proveedor de tomate de la Unión Europea (UE) es Marruecos, país cuyo calendario productivo, a diferencia del holan-

dés, sí coincide plenamente con el almeriense. En cualquier caso, y de momento, no hay de qué preocuparse, entre otras cosas porque el país norteafricano apenas alcanza una cuota de mercado en la UE del 13,9%. Aún así, el informe de la Fundación Cajamar Caja Rural relativo a la pasada campaña alerta de su "elevado potencial productivo", ya que

este sector cuenta con un gran apoyo institucional. Asimismo, llama la atención sobre la entrada en vigor del nuevo acuerdo de asociación entre la UE y el país norteafricano, que abre aún más las fronteras a la exportación de este país a los Veintisiete y que "podría afectar negativamente a las ventas de tomate español".

BATIENDO RÉCORDS

El tomate se convirtió en el producto más rentable en la pasada campaña

■ I. F. G.

El tomate se convirtió durante la pasada campaña, la 2011/2012, en el producto más rentable de cuantos se cultivan en la provincia de Almería, logrando desbancar al pimiento, que había ostentado este 'título' durante los dos ejercicios precedentes. De este modo, y según recoge el Anuario Agrícola 2012 de fhalmería, el año pasado, los productores de tomate obtuvieron una

rentabilidad media para su cultivo de 5,901 euros por metro cuadrado, frente a los 4,555 euros por metro del pimiento. Esa rentabilidad obtenida por el tomate fue posible gracias al cultivo de 9.124 hectáreas en las que se produjeron 929.835 toneladas, cuyo precio medio por kilo se situó en 0,579 euros.

Tras dos campañas ocupando el segundo lugar de este particular ranking, el tomate logró incrementar de forma considerable su

rentabilidad. Así, en el ejercicio 2010/2011, la rentabilidad de este cultivo se situó en 5,04 euros por metro cuadrado, casi un euro menos en el año pasado, mientras que en 2009/2010 alcanzó una rentabilidad de 5,58 euros por metro.

Ese aumento de la rentabilidad del tomate, por otra parte, vino de la mano de unos mejores precios medios. De este modo, mientras en la campaña 2010/2011 este producto se vendió, de media, a 0,551 euros el kilo, el año pasa-



■ Obtuvo una rentabilidad media por metro cuadrado de 5,901 euros. /FHALMERIA

do, esta cifra se incrementó ligeramente, hasta los 0,579 euros por kilo. En cualquier caso, ambas cantidades quedan bien lejos del

precio medio obtenido por el tomate en el ejercicio 2009/2010 y que se situó en 0,646 euros por kilo.

Invictus

No hay invierno
que pueda con él



syngenta.



OFERTA Y DEMANDA

El valor final comercializado en el ejercicio 2011/2012 superó los 775.000.000 euros

Empresas como CASI, Biosabor, Agrupalmería, Costa de Almería o Vegacañada son las entidades que más tomate manejan en la provincia

■ Elena Sánchez

En las últimas campañas hortofrutícolas de la provincia almeriense, el tomate está mejorando en todas sus variables e incluso está desplazando al pimiento en aspectos como que, ahora, la hortaliza más rentable es el tomate. Según datos obtenidos de la Delegación Territorial de la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, de la Junta de Andalucía, el valor recibido por las comercializadoras en la campaña 2011/2012 ha sido de 775.714.000 euros, es decir, algo más de 105 millones en comparación con el ejercicio anterior. Este dato unido a que el precio medio también ha aumentado, pasando, a 0,58 euros el kilo, ha supuesto un alivio para los productores de tomate de la provincia, la mayoría de ellos concentrados en la zona de La Cañada y en el término municipal de Níjar.

COMERCIALIZADORAS

En cuanto a las empresas que manejan la mayor parte de los kilos de tomate que se reciben a lo largo de la campaña, CASI, Agrupalmería, Costa de Almería, Biosabor o Vegacañada son las principales y las que más volumen de producción trabajan cada año. En concreto, CASI es la comercializadora que más volumen maneja, de hecho, el pasado año comercializó en venta directa 77 millones de kilos de los 225 millones totales, logrando también mejorar de manera importante el precio medio que reciben los socios. Sin duda, esta empresa es un claro ejemplo a seguir gracias a su Plan Integral, con el que se ha mejorado el modelo de comercialización, así como también ha permitido que en la actualidad se cultiven las variedades de tomate que realmente interesan al mercado.

Según explicaba José María Andújar para el Anuario 2012 de fhalmería, “estamos en un momento de madurez. A lo largo de los años hemos acumulado ex-



■ Vista general del interior de Agrupalmería durante un día de venta de tomate. /FHALMERIA



■ Tomate de Vegacañada, bajo la marca Cañada Natural. /FHALMERIA

periencia sobre el cultivo y conocimientos sobre el mercado internacional. Estamos bien posicionados en los diferentes mercados y, en el caso de CASI, queremos mejorar en producción, gestión y comercialización”. Desde el punto de vista de Andújar, “son las grandes comercializadoras, por su influencia en el mercado, las que tienen que guiar a las pequeñas en el cambio de la comercialización y en los precios mínimos a los que vender”.

Por su parte, Agrupalmería, con más de cuarenta años de experiencia en el sector, es otra de las empresas que manejan un alto volumen de tomate, de hecho es una de las primeras entidades en cuanto volumen de kilos de la variedad Raf.

Vegacañada, Biosabor y Hortofrutícola Costa de Almería completan el grupo destacado de comercialización de tomate. La primera tiene un volumen de producción de 60 millones de kilos,

de los que el tomate supone la mayor parte de ellos; para Hortofrutícola Costa de Almería, el tomate es el tercer producto principal, por detrás de pimiento y pepino, aunque es cierto que en la zona de Poniente es una de las que más tomate manejan; y Biosabor, entidad dedicada en su totalidad a la producción ecológica, movió 15 millones de kilos la pasada campaña. Para Francisco Belmonte, presidente de la empresa, la situación de la co-

mercialización en Almería debería “hacer un cambio generacional o un reciclado para que los responsables del sector seamos capaces de comprender que la situación del sector ha cambiado y que el modelo de hace unos años ya no sirve. Hemos mejorado mucho en los últimos años y Almería ha demostrado muchas veces lo ágil que es, por eso estamos vivos todavía, pero necesitamos un cambio de mentalidad”.

ESPECIALISTAS EN TOMATE

Los injertos de Crisel garantizan dos tallos parejos antes de llegar a la finca

De este modo, el agricultor no pierde los dos ramos iniciales que perdería con un injerto normal en uno de los dos tallos de la planta

■ Isabel Fernández

En los semilleros Crisel llevan desde 1998 realizando injertos de tomate, de ahí que, hoy por hoy, sean especialistas en esta técnica cada día más extendida en el campo. Según ha comentado su gerente, Antonio Manzano, cuando comenzaron, “nadie creía que el injerto le aportara nada”, sin embargo, con el paso de los años y vistos los resultados obtenidos, cada vez son más los agricultores que apuestan por él.

En el caso de Crisel, ofrecen a los productores un tipo de injerto muy específico que les está proporcionando muy buenos resultados. Así, Manzano ha explicado que, “cuando hacemos la poda para iniciar los dos tallos, aplicamos un producto natural, biológico, que aumenta la evolución de la planta, y conseguimos sacar dos tallos parejos”. Asimismo, “traspasamos la planta de un cepellón más pequeño a uno más grande para iniciar un sistema radicular nuevo y hacer que la planta adopte más fuerza”. Esta técnica que utilizan en los semilleros Crisel hace que el agricultor no pierda ninguno de los ramos iniciales del segundo tallo.

“Con un injerto normal, los agricultores tienen que dejar que el segundo tallo crezca en la finca”, ha explicado Antonio Manzano, quien ha añadido que, de este modo, “pierden un ramo o dos de tomate”. Sin embargo, “saliendo del semillero con los dos tallos, los dos primeros ramos, tanto de un tallo como del otro, no se pierden”.

Esta técnica diferencial ha hecho que, actualmente, Crisel realice en torno a 4.700.000 injertos de tomate al año, principalmente, para agricultores de la provincia, pero no sólo para ellos. “Este año, por ejemplo, hemos hecho unos 700.000 injertos para fuera de la provincia, pero el resto se queda en Almería”. Asimismo, y en lo que respecta al grado de satisfacción de los agricultores, Manzano ha reconocido que están más que satisfechos con los resultados obtenidos, tanto que, de hecho, “podemos decir que llevamos tres años muy buenos, en los que la satisfacción de los clientes ha sido muy alta”.

DIFERENTES

Pero los semilleros Crisel no sólo se diferencian de su competencia en la técnica empleada para realizar el injerto y que tan buenos resultados les está dando, sino también en el servicio que prestan a los agricultores. En este sentido, Manzano ha afirmado que, “en los últimos años, estamos analizando partida por partida contra bacteriosis, virus, etcétera”, garantizando así la

sanidad de la planta una vez sale del semillero. Pero no sólo eso.

Conscientes de la importancia de prestar un buen servicio al agricultor, en semilleros Crisel se hacen responsables de lo que pueda sucederle a la planta hasta que comienza a desarrollarse en la finca, siempre y cuando sea su responsabilidad. “Hasta que la planta no empieza a desarrollarse en la finca, respondemos por ella ante cualquier

negligencia”, ha afirmado Manzano, quien ha comentado, además, que “no somos como algunos otros que, una vez que sale la planta del semillero, no quieren tener responsabilidad sobre ella”.

Este servicio diferencial también es posible gracias a las modernas instalaciones con las que cuenta Crisel y que incluyen, por ejemplo, sistema de calefacción por aire y tuberías de agua caliente, pantallas de control de luz y temperatura, carros automatizados de riego, sondas de temperatura de sustratos, cámaras de injertos dotadas con sistemas de última generación y cámaras de siembra automatizadas también de última generación.

Todo ello ha permitido a los semilleros Crisel llevar 25 años trabajando en la provincia y, lo que es más importante aún, haberse ganado la confianza de los agricultores. Cuando nadie creía en la fiabilidad de los injertos de tomate, que ya se hacían en otros muchos cultivos, en Crisel comenzaron a trabajar con ellos. Desde entonces se han convertido en auténticos especialistas de esta técnica, que han logrado perfeccionar hasta el punto de ofrecer al agricultor un injerto distinto, que le garantiza que no tendrá ninguna pérdida al inicio del cultivo y que, además, le asegura una planta fuerte y sana, preparada para sacar adelante la mejor campaña posible.



■ Planta injertada por los semilleros Crisel. /FHALMERIA



¿Quién dijo que el injerto de tomate no se puede hacer a 2 tallos en Semillero?



En **CRISEL SEMILLEROS**

lo **HACEMOS** y lo **DEMOSTRAMOS**

GARANTIZADO

Nos avalan los Clientes que ya lo han probado




Tel.: 950 60 33 05
La Mojonera
(Almería)

www.crisel.es

GASTOS DE CULTIVO

Los costes de producción de esta hortaliza crecieron un 3% en la pasada campaña

Pese a todo, los agricultores siguen siendo fieles al tomate, un producto que, cada año, se mantiene como el más cultivado

■ Isabel Fernández

El tomate es, junto con el pimiento, uno de los productos que mayores costes de producción supone para el agricultor que, sin embargo, sigue fiel a su cultivo; sin ir más lejos, campaña tras campaña, esta hortaliza se mantiene como la más cultivada en la provincia, llegando, incluso, a superar en alguna ocasión las 10.000 hectáreas de superficie. Estos costes de producción fueron el año pasado, si cabe, algo más altos de lo habitual y, de hecho, según los datos con los que cuenta la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía, éstos se incrementaron un 3% en la campaña 2011/2012 con respecto al ejercicio anterior. De este modo, hace un año, el coste medio de producción de un metro cuadrado de tomate se situó en 4,14 euros, mientras que, en la campaña 2010/2011, cultivar un metro cuadrado de tomate costaba 4,02 euros.

De estos 4,14 euros por metro para un cultivo de tomate injertado (en el caso del tomate sin injertar el coste es algo menor, 3,88 euros por metro), 3,35 euros provienen de los llamados costes directos, tales como la semilla, el semillero, los fertilizantes o la fauna auxiliar. De todos ellos, los gastos derivados de la semilla y el semillero, en este caso para un cultivo con injerto, fueron los más elevados, suponiendo un coste de 0,54 euros por metro para cada agricultor. Tras éstos se situaron los gastos en fitosanitarios y fauna auxiliar, que sumaron 0,53 euros por metro cuadrado de superficie. Los gastos en fertilizantes ocupan el tercer puesto en este particular ranking, con 0,41 euros por metro, según los datos hechos públicos por la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente.

El resto son costes indirectos, tales como los 0,21 euros por metro del plástico o los 0,15 euros



■ El tomate se mantiene, campaña tras campaña, como la hortaliza más cultivada. /FHALMERIA



■ La fauna auxiliar es uno de los costes a los que deben hacer frente los agricultores. /FHALMERIA

de la propia estructura de invernadero. Estos costes, junto con otros como el enarenado o sustrato o la instalación del riego suponen para cada agricultor, de media, unos 0,49 euros. A esto hay que sumar, por último, los llamados gastos generales o financieros, que suponen unos 0,29 euros por metro cuadrado cultivado.

SIN INJERTO

El cultivo de tomate sin injertar resulta algo más barato que el injertado, sin embargo, hay que te-



■ El uso del injerto contribuye a reducir muchos problemas de suelo. /FHALMERIA

ner en cuenta que una planta injertada ofrece más producción, luego, el mayor coste se ve compensado con la obtención de un mayor número de kilos por metro cuadrado. De este modo, y según los datos de la Administración autonómica, cultivar un metro cuadrado de tomate sin injertar durante la pasada campaña costó a cada agricultor 3,88 euros por metro, es decir, 0,26 euros menos que un metro cuadrado injertado. La única diferencia en gastos fue la derivada de la propia planta. Y es que, mientras los gastos en semilla y semillero para un metro de tomate injertado suman 0,54 euros, en el caso del tomate sin injertar, esta cifra se reduce a la mitad, 0,28 euros por metro cuadrado.

En cualquier caso, y pese al mayor coste de producción que implica el cultivo de tomate injertado, ésta es una práctica bastante extendida en la provincia, habida cuenta de la mayor productividad que implica y su eficacia para combatir las enfermedades del suelo, así como la existencia, por ejemplo, de nematodos. El injerto otorga una mayor fortaleza y vigorosidad a la planta que hace que se adapte mejor a condiciones adversas.

GARANTÍA

MedHermes incorpora a su catálogo de variedades a Ares F1 y a Almanzor F1

■ Rafa Villegas

La casa de semillas MedHermes cuenta con un amplio catálogo de variedades de tomate resistentes, atractivas y, no menos importante, que conquistan al consumidor final gracias a su buen sabor. De cara a la próxima campaña, además, los agricultores tienen a su disposición dos nuevas variedades muy completas, como es el caso de Ares F1 y Almanzor F1.

Ares F1 es una variedad de tomate pera para recolección en suelto muy competitiva por sus características. La planta de Ares F1 es una planta vigorosa, con entrenudos cortos y regulares desde la parte basal hasta la parte apical de la planta. Pese a ser una variedad de tomate pera para recolección en suelto, también puede recolectarse en rama ya que presenta unos ramos muy elegantes con forma de espina de pescado y con un raquis grueso de color verde intenso que le da muy buena sensación de frescura al ramo.

Otra característica que hace de Ares F1 una variedad a tener en cuenta es su rusticidad, adaptándose muy bien al ciclo largo de trasplante de mediados de agosto y también a trasplantes de primavera.

En cuanto al fruto de Ares F1 tenemos que decir que es un fruto de calibre M de unos 90-100 gramos de peso, aproximada-

Todas las variedades de tomate de esta casa de semillas ofrecen la mayor calidad y productividad, además de contar con un paquete muy completo de resistencias, todo ello sin descuidar el redescubrimiento que hacen del sabor mediterráneo



■ Variedad de tomate Ares F1 de Semillas MedHermes. /FHALMERIA

mente, tiene un color rojo muy intenso, la forma típica del verdadero tomate pera, buen comportamiento en post cosecha y un sabor superior a las variedades actualmente presentes en el mercado, dentro de este segmento.

Otra cualidad destacable de Ares F1 es su alta productividad, ya que es una planta que proporciona gran número de piezas por ramo y además una estructura de

planta con entrenudos muy cortos. De esta manera, la planta de Ares F1 proporciona un crecimiento, cuaje y producción constante a lo largo de todo el ciclo de cultivo.

ALMANZOR F1

Por su parte Almanzor F1 es una variedad de tomate para recolección en suelto. Al igual que la planta de Ares F1, también es una planta muy rústica, de vigor me-



■ Tomates de la variedad de MedHermes Almanzor F1. /FHALMERIA

dio, entrenudos cortos y muy productiva.

Almanzor F1 es una variedad con un buen comportamiento a las bajas temperaturas, soportando bien el ciclo largo de trasplantes de agosto-septiembre.

El fruto de Almanzor F1 de calibre G con peso aproximado de 180 g, presenta una forma ligeramente achatada, marca suavemente el cuello verde y en maduración, adquiere un color rojo

intenso, brillante y uniforme. Además, los frutos muestran una elevada uniformidad tanto en forma como en calibre a lo largo de todo el ciclo y una LSL a los máximos niveles del mercado.

Como viene siendo habitual en MedHermes, ambas variedades cuentan con un paquete muy completo de resistencias (HR: ToMV, Vd, Fol 0,1; IR: TYLCV, TSWV, Ma, Mi, Mj).

GREGORY F1
medio precoz 18 g
tomate cereza calibre 28-30 mm
IR: TYLCV/N

BACCO F1
medio precoz 40 g
cocktail calibre 40-43 mm
IR: TYLCV

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

SOLUCIONES INTEGRADAS

Syngenta trabaja con todos los eslabones de la cadena para lograr un producto diferenciado

Tomates como Invictus o los nuevos Valkirias, en ramo, y Eneko, en pera, ofrecen un fruto de calidad y calibre uniformes en todo el ciclo

■ Isabel Fernández

En Syngenta trabajan para ofrecer soluciones integradas a todos los eslabones de la cadena, desde el agricultor al consumidor, pasando por la comercializadora o el mayorista, entre otros. Por ello, según comenta Rafael Salinas, portfolio manager de tomate de la empresa en la Península Ibérica, “estamos desarrollando unos programas de cultivo junto con las empresas productoras donde nuestra genética, como base, interactúa con los organismos de control de plagas y con los productos para controlar plagas y enfermedades”; todo ello con el objetivo de “aprovechar el valor de la genética para conseguir un producto de calidad tanto en apariencia como en sabor y que, a su vez, sea capaz de cubrir las expectativas de toda la cadena de negocio”.

Bajo esta filosofía y de cara a la próxima campaña, Syngenta cuenta con tres variedades de tomate que responden, precisamente, a las demandas de todos esos eslabones. En primer lugar, apuestan por Invictus, un tomate para recolección en suelto con el que ya “hemos tenido una gran campaña”, entre otras cosas porque “es una variedad que da res-

puesta a todas las necesidades de la cadena de negocio”. Según Salinas, para el productor, “Invictus tiene una producción comercial muy alta”, con frutos de calibres G-GG muy estables y homogéneos a lo largo de todo el ciclo de producción. Asimismo, tiene “muy buen color, una fruta muy brillante y un nivel de resistencias muy bueno” a oídio (Lt), al virus de la cuchara (TYLCV) y al virus del bronceado (TSWV). Para el comercializador, Invictus es un tomate con “larga vida comercial” y, lo que es más importante aún, “es un producto diferenciado”, sobre todo, gracias a “esas características de color y brillo”, además de a un sabor “distinguido, por encima de lo que hay en el mercado”.

Por otro lado, Syngenta va a lanzar una nueva variedad de tomate ramo, Valkirias, que está indicada para trasplantes en las últimas semanas de agosto. Valkirias ofrece al agricultor “una producción muy alta y estable durante todo el ciclo, por encima, incluso, de algunas variedades que ya hay en el mercado”. Esta estabilidad de la producción es extensible, además, al calibre (M-G) y a la calidad de fruta, puesto que Valkirias ofrece un tomate “con un rojo muy intenso y brillante y con muy pocos problemas de producción no comercial”, ya que apenas presenta manchado ni rajado. Junto a esto, “la rama es muy comercial, con una raspa muy simétrica” y, además, “tiene una planta con un vigor adecuado para un ciclo largo de pro-



■ Eneko es un tomate pera que se puede recolectar en rama y que no presenta ni manchas ni problemas de ahuecado.



■ Invictus tiene una producción comercial muy alta.

ducción”. Esta estabilidad tanto en la producción como en la calidad de fruta supone una ventaja también a la hora de la comercialización, ya que “las cooperativas tienen sus programaciones y valoran la estabilidad que les puede dar un producto”.

Con respecto a las resistencias, Valkirias es resistente al virus de la cuchara, además de a varias razas de fulvia fulva, “una enfermedad cuya presencia ha aumentado este año en el campo y que es posible que siga siendo conflictiva”. Esta enfermedad provoca, sobre todo, mermas

en la producción. Salinas comenta, por otro lado, que Valkirias es una variedad de tomate ramo muy “versátil” y, de hecho, “tanto los productores como los técnicos que la han visto la valoran porque te permite cultivar en sitios donde las condiciones son más extremas”. Esta versatilidad es tal que “vamos a trabajar con ella tanto en la zona de Levante como en Níjar, La Cañada, El Alquíjar y el Poniente”.

Por último, y de cara a la próxima campaña, Syngenta presenta Eneko, un tomate tipo pera que “se puede recolectar en rama porque hace una rama muy buena”. Esta variedad cuenta con dos características diferenciadoras muy importantes en el segmento de tomate pera y es que “no presenta manchas de coloración y no se ahueca”. Esto, unido a la ausencia de problemas de microcracking, muy habituales en invierno, “permite hacer un ciclo largo” y, además, garantiza al agricultor “una alta producción comercial”, con un calibre M grande muy estable durante todo el ciclo. En cualquier caso, y dado que cuaja bien con calor, “se puede hacer un ciclo corto sin problemas”.

En lo que respecta a la comercialización, Eneko ofrece a las empresas “la posibilidad de tener un producto para un segmento en el que hay demanda y en el que, hoy por hoy, no hay variedades que den respuesta a esa necesidad”. De este modo, “pueden llegar al consumidor con un producto diferenciado”.

SOLUCIONES PARA LOS AGRICULTORES

Armstrong, un portainjertos ‘todoterreno’ que favorece el cuajado y engorde de los frutos

■ I. F. G.

Armstrong es el portainjertos de Syngenta adaptado a diferentes condiciones de cultivo, como condiciones de estrés o salinidad, y que favorece la floración, cuajado y engorde de los frutos. Este portainjertos de vigor medio-alto se caracteriza por su “versatilidad y plasticidad”, según apunta Rafael Salinas, portfolio manager de tomate de Syngenta, quien detalla que, por

ejemplo, es “ideal para injertar en variedades de vigor alto muy vegetativas, ya que modera su comportamiento” y, además, en variedades de vigor medio, “puede aumentar su potencial productivo”.

Armstrong es un portainjertos interespecífico que destaca por sus altos valores de germinación, uniformidad y planta útil para injertar. Asimismo, cuenta con un buen grosor de planta y altura de hipocotilo, lo que facilita el injertado. A todo esto, Salinas aña-

de que “su sistema radicular pivotante va acompañado de un sistema de pelos absorbente muy denso y con alta capacidad de renovación de raíces, lo que le confiere un gran comportamiento para cultivos de ciclo largo”.

Por último, tiene alta resistencia HR: Ff: 1-5 / Fol: 1,2 / For/V / ToMV: 0-2; y resistencia intermedia IR: PI / M, si bien hay que destacar su “buen comportamiento frente a nematodos”. Todo ello hace que “injertar no



■ Rafael Salinas, de Syngenta. /FHALMERIA

sea sólo una cuestión de moda”, sino que “hay una serie de razones de peso para tomar la decisión de injertar”, entre ellas que “conseguiamos alargar los ciclos de producción, aumentando el calibre de los frutos y asegurando una calidad continua”. Asimismo, “podemos hacer frente a enfermedades de suelo, como la fusariosis, verticilosis, muerte súbita y, sobre todo, un problema cada vez más acuciante, como son los nematodos”. Del mismo modo, “los portainjertos nos ayudan a cultivar en condiciones climáticas adversas y características del suelo de cultivo como puede ser la alta salinidad, una estructura defectuosa, etc.”, concluye el portfolio manager de tomate de Syngenta.

DE PALABRA

Semilleros Laimund garantiza la fecha de entrega de su injerto de tomate de calidad

La empresa es pionera en la provincia en este segmento y llega a realizar entre 150.000 y 200.000 injertos diarios de esta fruta

■ Rafa Villegas

Cuando el injerto en tomate era prácticamente una utopía en la provincia, allá por el año 1995, Semilleros Laimund comenzó a desarrollarlo en sus instalaciones de El Ejido. Su constante afán por innovar le ha llevado a superar todas las etapas, incluida la feroz lucha comercial que se libró en 2005 con el crecimiento exponencial de los pedidos de este producto y su oferta por parte ya de la competencia. En la actualidad siguen siendo una potencia en este aspecto y garantizan la entrega en la fecha solicitada por el agricultor.

En los comienzos, como ha explicado Francisco Molina, técnico de Semilleros Laimund, "injertábamos con una técnica japonesa, consistente en la introducción de una prótesis de cerámica entre el patrón y la variedad con unión horizontal. Sin embargo, el patrón no era aún el adecuado y no había homogeneidad en la altura de las plantas, por lo que jubilamos esa técnica".

Posteriormente, en el año 2000, Semilleros Laimund cambió a una técnica holandesa, que consiste en la utilización de una pin-



■ Primer plano de injerto de tomate de Semilleros Laimund. /FHALMERIA

za de silicona, por contacto lateral. Con la misma y el control de luz, temperatura y humedad en la cámara de prendimiento superaron "el 95 por ciento de prendimientos", como ha confirmado Molina. Y es que, las casas de semillas mejoraron sus patrones, lo que supuso mayor éxito en la germinación.

Todo ello en un período en el que en la provincia aún no se demandaba mucho injerto y la mayoría lo comercializaban en Murcia para explotaciones al aire libre, que sufren de mayores problemas de suelo.

El trabajo en Murcia animó a agricultores de la provincia a intentar reducir las enfermedades

de suelo, fortalecer las plantas y mejorar sus rendimientos con el injerto. Ya en el año 2005, como ha asegurado Molina, "se produjo el 'boom', una auténtica guerra comercial entre semilleros, ya que todos empezaron a trabajar con injertos. A día de hoy, nosotros seguimos de los primeros en tomate injertado y el nuestro no tiene nada que envidiarle a ninguno de otra empresa".

LOS INJERTOS EN CIFRAS

La organización es, como ha apuntado Molina, "primordial para lograr entregar el tomate injertado al agricultor en la fecha que solicita. Máxime cuando los ofertamos de muchos formatos,

podas, para lucha integrada, para agricultura ecológica, etcétera. Además de existir entre 10 ó 12 patrones muy comerciales, a diferencia de los tres de antaño, así como entre 80 y 90 variedades, por lo que son muy numerosas las combinaciones posibles en tomate".

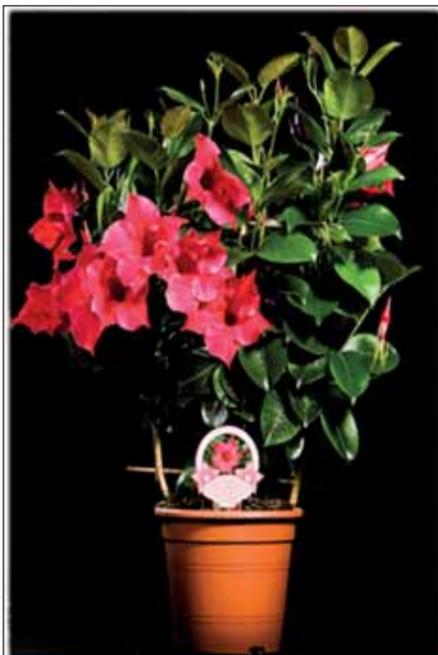
Para conseguir esa organización, la empresa cuenta con personal muy cualificado, "formado con diferentes cursos", como ha asegurado Molina, que "selecciona las mejores plantas y realiza unos cortes perfectos".

A ello se le suma la última tecnología en sus cinco cámaras de prendimiento, con las que el semillero consigue realizar en las

semanas de más pedidos de tomate "entre 150.000 y 200.000 injertos, porque la mayoría de los agricultores quiere la planta entre el 5 y el 25 de agosto".

En total, Semilleros Laimund realiza unos 6 millones de injertos por campaña, logrando picos de más de uno en las semanas más fuertes. Para ello cuenta en plena campaña con cuatro empleados en las oficinas, una encargada, dos técnicos, unas 120 injertadoras, unos 12 hombres para diferentes tareas y dos camiones para el transporte.

Molina ha explicado que, en la actualidad, "entre el 60 y el 70 por ciento del tomate es injertado, el resto no".



**Semilleros
LAIMUND S.I.**

PLANTAS HORTÍCOLAS ENRAIZADAS EN CEPELLÓN
Y PRODUCCIÓN PLANTAS ORNAMENTALES

www.semilleroslaimund.com

**Especialistas en injerto de tomate,
sandía, melón, pepino y berenjena**

**"Gracias a nuestra experiencia de 28 años
ofrecemos a nuestros clientes plantas de calidad"**

CONSÚLTENOS Y
LE ASESORAREMOS

semillero ecológico



APORTE DEL TOMATE

El gazpacho andaluz es una bebida nutritiva, sana y refrescante para el verano

La calidad del tomate empleado a la hora de elaborar un gazpacho es uno de los pilares en los que se asienta el futuro éxito de esta tradicional receta de origen árabe fuertemente implantada en Andalucía.

Gabriel Martínez, Gaby, gerente del Grupo de Restauración Gaby, es muy claro en este sentido. “El gazpacho tiene un valor nutricional alto, supone una importante fuente de hidratación, vitaminas y minerales, sin olvidar la cantidad de fibra”. La importancia de que el mismo sea elaborado con unos buenos tomates es algo primordial para el cocinero: “El reconocimiento nacional e internacional con el que cuentan los tomates de la IGP La Cañada son una garantía de calidad y extraordinario sabor a la hora de preparar un buen gazpacho andaluz. No es raro que podamos pasear por ferias o mercados de otros países y nos topemos con ejemplares de la IGP La Cañada de Almería”.

Francisco López, presidente del Consejo Regulador de la IGP Tomate La Cañada ha asegurado que “es importante que en el sector de la hostelería tengan en cuenta nuestros tomates y valoren de ese modo la calidad de los mismos a la hora de preparar un plato tan típico

como el gazpacho andaluz, que ya es reconocido no sólo en nuestra Comunidad Autónoma, sino que podemos decir que está traspasando todas las fronteras”. “El gazpacho es algo tan nuestro como el verano en la playa, por ejemplo, muy propio de España. Tiene diferentes modos de hacerlo y varias composiciones distintas. Lo que sí sabemos con certeza es que ¡con nuestros tomates sale buenísimo! Y de este modo lo avalan los expertos”.

La historia del gazpacho es antigua. “El origen de la palabra se remonta varios siglos atrás, en tiempos de la ocupación árabe en Andalucía y poco tenía que ver con los ingredientes con los que conocemos hoy en día. La receta más conocida y exportada internacionalmente es la del gazpacho andaluz, con el tomate como absoluto protagonista y no se sabe a ciencia cierta cómo se originó pero se estima que pudo ser a principios del siglo XIX. No existen datos concretos de cuándo la gente comenzó a tomarlo pero se cree que hubo gran aceptación desde su nacimiento, ya que era asequible para todas las clases sociales”.

El tomate de la IGP La Cañada cuenta, además, con un aval muy importante a tener en cuenta. Y es que, crecen en un entorno óptimo, como es el Parque Natural.

EN EL EJIDO

Agroponiente promociona la alimentación saludable en el colegio Tierno Galván

Agroponiente continúa organizando actividades de promoción de una alimentación saludable en la provincia. El último colegio que han visitado para concienciar a los alumnos de la necesidad de consumir frutas y hortalizas ha sido el Tierno Galván, en El Ejido.

Entre las diferentes actividades propuestas, los escolares to-

maron parte en varios concursos, como un juego de preguntas y respuestas sobre la alimentación saludable, catas ciegas para adivinar la fruta u hortaliza que estaban consumiendo, etc...

Además, se les facilitó información acerca de la importancia de una dieta saludable y rica en frutas y hortalizas y se les proyectó un corto sobre el efecto positivo de su consumo.

SALUD

La IGP La Cañada apuesta por el consumo de tomate por parte de los deportistas al mejorar su rendimiento

Joaquín Amate, entrenador nacional de culturismo y halterofilia y monitor de atletismo, confirma los beneficios de este producto

■ CIA

El tomate con Indicación Geográfica Protegida de La Cañada cuenta, además de con el aval de calidad, con el de haberse convertido en imprescindible para los deportistas tanto profesionales como amateur. Este producto dispone de componentes fundamentales para el desarrollo de un entrenamiento regular y ayuda al deportista, posteriormente, a la recuperación óptima.

Joaquín Amate, entrenador nacional de culturismo y halterofilia y monitor de atletismo, cuenta con el reconocimiento nutricional de la International Federation of Bodybuilding and Fitness (IFBB). Asesorar sobre alimentación saludable ha sido una de sus pasiones desde que era pequeño.

Enamorado del tomate almeriense, destaca que dispone de “un alto contenido en agua, por lo que es hidratante y su bajo contenido en azúcar lo hace muy recomendable para cualquiera pero especialmente para los deportistas”. La llegada de los meses de verano predispone al organismo a “hidratarse tras la práctica fi-



■ El entrenador nacional de culturismo y halterofilia, Joaquín Amate. /FHALMERIA

sica con un buen zumo de tomate. Entre otras cualidades está que sirve para la prevención de calambres”. Amate tiene claro que “el consumo de tomate mejora las condiciones de producción de impulso nervioso, lo que afecta directamente a la capacidad motriz, que es fundamental en algunos deportes como los de equipo. Por consiguiente, la mejora del impulso nervioso da como resultado un mayor rendimiento deportivo”.

“Mucha gente considera al tomate como una medicina. En parte es así. Por sus características y la presencia de carotenoides

(betacaroteno y licopeno) es fundamental para que no haya desorden en el crecimiento celular. De hecho, un reciente estudio realizado en Harvard apunta que el consumo de esta fruta, de la rama de las solanáceas, es básico para prevenir el cáncer de próstata”, apunta Amate.

Uno de los problemas que encuentra de cara a mejorar el consumo de tomate es que “debería promocionarse aún más a nivel popular, intentando que los productos sean de Almería, con denominación de origen, en este caso IGP, protegiéndolo frente a los que vienen de fuera”.

PRIMERA POSICIÓN

Los alemanes consumen más tomate que cualquier otra fruta u hortaliza

■ Rafa Villegas

El tomate se mantiene, con diferencia, como el producto hortofrutícola más consumido por el mercado alemán, destino que, además, ocupa la primera posición en el ranking de países compradores para la provincia de Almería.

Con los datos oficiales de 2011, recogidos por el ICEX, el consumo per cápita de tomate en Alemania fue de 25,2 kilogra-

mos, muy superior a los 8,5 kilos de cebolla que consumieron, de media, cada alemán en el mismo año, así como de los ocho kilogramos de zanahorias, tercer producto más consumido.

En cuanto a los principales mercados de origen del tomate y el resto de productos hortofrutícolas para Alemania destacan los Países Bajos, seguidos muy de cerca por España. Y es que, cabe resaltar que el país teutón tiene predilección por las frutas

y hortalizas que se cultivan en la Unión Europea, de donde adquiere más del 90 por ciento del total.

En cualquier mercado de abastos o supermercado alemán, sin importar la fecha del año, se encuentran los mejores tomates. Y es que, pese a no tener apenas producción, por la climatología, de este producto, la mentalidad teutona de apostar por alimentos sanos ha aumentado, año a año, el consumo de tomate.

Especial TOMATERIJK ZWAAN



Variedades adaptadas a todos los segmentos del mercado

SOLUCIONES PARA TODOS LOS AGRICULTORES



■ Francisco García, agricultor que, como la mayoría en Níjar, suele hacer dos ciclos de cultivo, valora la adaptación de las variedades de Rijk Zwaan para una rápida entrada en producción. /FHALMERIA

Rijk Zwaan pone a prueba sus variedades en la comarca más 'tomatera' de Almería

■ Isabel Fernández

Conscientes de las peculiaridades del clima del Campo de Níjar, con grandes oscilaciones térmicas entre el día y la noche, la empresa 'afina' sus novedades, Rayosol RZ, Montemayor RZ, Monterojo RZ y Nancy RZ, trabajando con productores del lugar

En Rijk Zwaan trabajan para dar respuesta a las demandas de los agricultores. Unos productores que, en el caso del Campo de Níjar, piden variedades adaptadas a las peculiaridades del clima de esta zona, caracterizado por unas importantes oscilaciones térmicas entre el día y la noche y por unas temperaturas invernales que pueden ser hasta cinco grados más bajas que en Almería, El Ejido o Roquetas de Mar. Para ofrecer la mejor gama de tomate a estos productores, la empresa pone a prueba sus variedades en pleno Campo de Níjar, en San Isidro, en una finca en la que el agricultor Francisco García evalúa a diario el desarrollo de esas variedades.

En esta campaña, Francisco García ha tenido la oportunidad de conocer de primera mano las novedades de Rijk Zwaan para el ejercicio 2013/2014 y que son Rayosol RZ, un tomate ramo, Montemayor RZ, un tomate pera para recolección en suelto, y Monterojo RZ, otro pera, en este caso, para recolección tanto en ramo como suelto. Junto a ellos, también ha podido comprobar las excelencias de Nancy RZ, un tomate cherry para recolección en suelto de excelente sabor.

En el caso de Rayosol RZ, Francisco García destaca, sobre todo, su "vistosidad", ya que "tiene un

color rojo muy intenso", algo que, según afirma, resulta "fabuloso" a la hora de la comercialización. Tal y como apunta este agricultor, "con Rayosol RZ he obtenido ramos de hasta 10 y 12 tomates", todos ellos de excelente calidad y "consistencia", algo muy importante para poder exportar. Asimismo, llama la atención sobre el hecho de que, pese a que cada ramo puede llegar a pesar hasta un kilo, "el ramillete no se ha desprendido de la planta". De hecho, "entre un 95% y un 96% de la producción se queda en la planta y puedo recolectarla en el momento que quiera".

Francisco García trasplantó Rayosol RZ el 20 de agosto y lo mantuvo hasta el 5 de marzo. Sobre los primeros cuajes, reconoce que "Rayosol RZ cuaja muy bien con calor", algo que, en su caso, resulta muy positivo, puesto que "tengo que buscar esas fechas si quiero sembrar sandía más tarde". Y es que no se puede pasar por alto que la mayor parte de los agricultores del Campo de Níjar suele hacer dos ciclos de cultivo; el primero, habitualmente, de tomate, y un segundo ciclo de sandía. Rayosol RZ tiene, además, resistencia a virus de la cuchara, nematodos y spotted.

Junto a Rayosol RZ, y aunque no es novedad, Rijk Zwaan cuenta con otra variedad de tomate ramo para recolección en suelto perfectamente adaptada al Campo de Níjar: Delyca RZ. Esta variedad, pensada para un ciclo corto, destaca por su precocidad, lo que permite al agricultor rentabilizar su plantación más rápidamente. También para un ciclo corto, la empresa cuenta con Alferez RZ, un tomate para recolección en suelto que, según Francisco García, es "un todoterreno". Alferez RZ es una variedad productiva, precoz y muy homogénea, que ofrece frutos con mucha firmeza, buena conservación y

buen color de fruta y que, con frío, "va de escándalo".

Entre las muchas demos que este agricultor ha tenido esta campaña en su finca, también ha contado con Montemayor RZ, un tomate pera para recolección en suelto que, según afirma, "es una fiera dando kilos". De hecho, "en un ciclo semicorto, que es lo que yo he hecho, pueden salir, perfectamente, entre 12 y 13 kilos por metro". Esta gran producción, en parte, está relacionada con el tamaño de los ramos de esta variedad, que "da ramilletes de entre 10 y 13 tomates muy uniformes, con un 90% de M". Por si esto fuese poco, "tiene muy buena calidad de fruto y muy buen color hasta el final, además de una gran consistencia". Montemayor RZ es muy resistente al virus de la cuchara.

Por último, García se refiere a Monterojo RZ, un tomate pera para recolección tanto suelto como en ramo. En su caso, García lo recolectó para suelto, aunque afirma que, en ramo, "Monterojo RZ es espectacular". Así, destaca su "dureza, color de fruta, uniformidad de los ramos, que los ramos no se descuelgan, tiene muy buen cuaje y una producción muy buena". Este tomate cuenta, además, con una alta resistencia al virus de la cuchara, spotted y nematodos.

Nancy RZ, un cherry suelto con buen sabor y una gran postcosecha

Nancy RZ es un tomate cherry suelto que, según Francisco García, "tiene un ramillete un poco más largo y te da algunos frutos más" que otras variedades comerciales. Sin embargo, y pese a esta mayor producción, lo que más le gusta a este agricultor de esta variedad de Rijk Zwaan es que "tiene un calibre adecuado, no raja y,

además, tiene buen aguante en la postcosecha", algo que, según afirma, "miran mucho en la cooperativa". Con respecto al fruto, y junto al buen calibre, Nancy RZ tiene muy buen color y un excelente sabor, con muy buen nivel de azúcar (8,5° Brix).

Francisco García llama la atención, asimismo, sobre la resistencia al frío de esta va-

riedad. Tal y como comenta, "Nancy RZ no se acobarda con el frío", entre otras cosas, porque "tiene una planta fuerte". Del mismo modo, "el fruto tampoco varía con el frío". Esto último, según García, "es fundamental porque nosotros tenemos que mantener los mercados durante todo el año". "Con otras variedades -continúa-, he tenido un vacío entre los meses de febrero y marzo, sin embargo, con Nancy RZ, esto no ha ocurrido".

LOS AGRICULTORES DAN SU OPINIÓN

**CARMEN LÓPEZ RAMOS**

“Me quedo con Montenegro RZ por su consistencia, exquisito sabor y su calibre G”

CONFIANZA. Carmen López Ramos trabaja con Montenegro RZ desde hace cuatro años y “me está yendo muy bien”. Lo que más destaca de este tomate es su resistencia, dureza y “exquisito sabor”. Su ciclo productivo va de mediados de agosto hasta marzo y “logro alrededor de 9 kilos por metro”. El calibre de Montenegro RZ “es muy bueno, ya que me da un tamaño G ideal”, así como también tiene un “buen cuaje durante todo el ciclo”. Planta de entrenudo corto, algo muy positivo para esta agricultora, ya que “así obtengo más kilos por planta”. Otra de las características que destaca de Montenegro RZ es “su gran postcosecha y vigorosidad, así como el brillo del fruto y su cuello negro, algo que me encanta”. Sin duda, volverá a repetir un año más.

FRANCISCO CARAVACA CÁCERES

“Delyca RZ tiene muy buena caña, lo que hace que lo prefiera para suelto, y va muy bien para los ciclos cortos”

REPETIRÁ. Francisco Caravaca cultiva 3.000 metros de Delyca RZ en su finca de Los Grillos, en el término municipal de Níjar. Este agricultor afirma que, en lo que va de campaña, está muy satisfecho con el comportamiento de su cultivo. Caravaca cultiva Delyca RZ para su recolección en suelto porque “tiene muy buena caña”. A pesar de su plantación en pleno verano, “ha soportado muy bien el calor y, de hecho, no he tenido problemas de cuaje”. Asimismo, destaca que Delyca RZ “no es un tomate que tenga mucha hoja”, lo que le ahorra trabajo. En cuanto al fruto, asegura que es “de un color estuendo, igual que de sabor e incluso de calibre”. Por último, este agricultor dice que Delyca RZ va muy bien para ciclo corto porque “va muy rápido”.

JUAN CERVILLA

“Lo que más me gusta de Ramyle RZ es su color rojo intenso, la fortaleza de la raíz y la dureza de la carne”

SATISFECHO. Juan Cervilla trabaja con Ramyle RZ en su finca de ecológico en el municipio de Pechina. Para este agricultor, lo más destacado de este tomate es “su color rojo intenso, así como la dureza de la carne interior”. El año pasado, Cervilla logró entre 9 y 10 kilos por metro, “buenas cifras teniendo en cuenta que yo trabajo con Ramyle RZ en ecológico”. El calibre que obtiene este agricultor con Ramyle RZ es M y MM, así como también destaca el buen cuaje a lo largo del ciclo, “gracias también al trabajo de los abejorros”. El manejo de la planta “es algo más cuidado al ser en ecológico, pero yo, personalmente, estoy muy satisfecho y obtengo muy buenos resultados”.

LOS AGRICULTORES DAN SU OPINIÓN

**FRANCISCO REAL**

“A diferencia de otras variedades, con frío, Ramyle RZ no tiene problemas de cuaje”

FÁCIL MANEJO. Francisco Real lleva varias campañas cultivando Ramyle RZ y, de momento, está más que satisfecho con su cultivo. De entre todas sus cualidades, este agricultor vicario destaca su facilidad de cuaje, incluso, con bajas temperaturas. “Cuando llega el frío, otras variedades pierden muchas flores, sin embargo, con Ramyle RZ, esto no lo he visto”, comenta y añade que, de hecho, con bajas temperaturas, “los tomates se revientan”; sin embargo, con esta variedad de Rijk Zwaan, “a mí no me ha pasado”. Junto a la facilidad de cuaje, Francisco Real destaca el “vigor” y “fácil manejo” de Ramyle RZ, así como su calibre y consistencia, ajustados a “lo que pide el mercado”. Por último, “tiene un ramo en forma de raspa de pescado muy bonito”.

JOSÉ MANUEL MONTOYA

“Ramyle RZ es una variedad con poca sensibilidad a botrytis y mildiu, algo fundamental en ecológico”

CONFIANZA. José Manuel Montoya es un productor de ecológico de la zona de Campohermoso que confía en Ramyle RZ porque “es una variedad con poca sensibilidad a botrytis y a mildiu, algo fundamental en ecológico”, donde “no podemos tratar con químicos”. Precisamente por ello, valora también su alta resistencia al virus de la cuchara; de hecho, afirma que, si no lo fuera, “ni siquiera pensaríamos en sembrar esta variedad”. Junto a esto, José Manuel Montoya comenta que Ramyle RZ “tiene un buen calibre y un ramo muy homogéneo”, cuestiones muy importantes a la hora de la comercialización. Pero no sólo eso, “Ramyle RZ nos permite hacer un ciclo largo”.

ANTONIO MORILLAS

“Ramyle RZ, Rayosol RZ y Delyca RZ le hacen sombra a cualquier otro tomate ramo que haya en el mercado”

SATISFECHO. Antonio Morillas es un agricultor de ecológico que ha cultivado, prácticamente, todas las variedades de ramo de Rijk Zwaan y, después de haberlo hecho, afirma que “no sabría por cuál decidirme”, ya que, a día de hoy, “Ramyle RZ, Rayosol RZ y Delyca RZ le hacen sombra a cualquier otro tomate ramo del mercado”. De Ramyle RZ comenta que “es el número uno ramo”, puesto que “tanto en calidad como en producción y conservación es muy bueno”. Con respecto a Rayosol RZ, llama la atención sobre su “fuerte sistema radicular”, algo que ha podido comprobar con sus propios ojos, “una vez arrancada la planta”. De Delyca RZ destaca su versatilidad, ya que “se adapta a un ciclo corto tanto de otoño como de primavera”.

Especial PIMIENTO TARDÍO



La recolección de pimientos entre los meses de febrero y abril se ha convertido en una estrategia comercial de muchos agricultores que optan por cultivos tardíos. Las mejores variedades son aquellas que aguantan bien el invierno, son resistentes al problema de la 'silverelina', mantienen la productividad y la calidad. Este especial recoge algunas de las mejores variedades

Pimiento tardío, una estrategia comercial

ALTERNATIVAS



■ Los productores prefieren hacer un ciclo largo de pimiento y no tener que apostar por frutos de primavera como melón o sandía. /FHALMERIA

El precio y evitar dos ciclos cortos aumentan las siembras de pimiento tardío en Almería

Las cotizaciones en los meses de otoño son algo más bajas que en pleno invierno, de ahí que los agricultores varíen su ciclo

■ Elena Sánchez

Cada año que pasa en el sector hortofrutícola almeriense son más los agricultores que se decantan por hacer un ciclo tardío de pimiento, sobre todo los que tienen sus fincas en las zonas de El Ejido, La Mojonera y Roquetas de Mar. Y es que, según explica Andrés Góngora, secretario provincial de COAG, “los agricultores cada vez más prefieren hacer siembras en septiembre y no en julio, con el fin de lograr una producción desde el mes de enero para adelante”. La explicación es que parece ser que “los precios en otoño son algo más ba-



■ El pimiento tardío es cada vez más elegido por los agricultores. /FHALMERIA

jos para el pimiento, por lo que el principal motivo de este cambio es lograr una mejor cotización a partir de enero”.

Igualmente, otra explicación que el secretario provincial de COAG da a este cambio cada vez más notado año tras año es que “son muchos los productores que prefieren hacer un ciclo largo en vez de dos ciclos cortos. Se decantan más por mantener el mismo producto toda la campaña y no tener que, a mitad del ejercicio agrícola, preparar el invernadero para sembrar melón o sandía”. De esta manera, “se ahorran costes de producción y gastos que con un ciclo largo no tienen que afrontar”, explica Góngora.

PRIMAVERA

Es cierto que también las últimas campañas de primavera están siendo más “inestables”, en cuanto a precios se refiere. Las

ALTERNATIVAS

cotizaciones que se están obteniendo tanto por la sandía como por el melón no son del todo buenas, principalmente por motivos climatológicos, de ahí a que “la elección de la siembra de pimiento tardío se anteponga a otra”.

Cabe destacar que gran parte de la ‘responsabilidad’ de sacar adelante una plantación de pimiento tardío radica en el manejo del agricultor y, cómo no, en la variedad cultivada; sin embargo, Andrés Góngora, secretario provincial de COAG, ya añadió el pasado año que “la zona” y “una buena estructura” son parámetros muy a tener en cuenta. De este modo, recordó cómo en zonas altas de la provincia, como Dalías o Berja, este tipo de cultivo no es, en principio, “viable”.

Por otro lado, lo que parece que este año se está dando también es alargar la campaña de pimiento, debido, según Francisco Vargas, presidente de ASAJA-Almería, al retraso que se vivió en invierno, cuando “se recolectaron dos kilos menos de lo habitual”.

Esta campaña se ha arrancado a finales de abril y primeros de mayo, aunque, finalmente, “con el alargamiento de las

plantaciones se ha conseguido equilibrar el volumen de kilogramos”.

Igualmente, parece ser que este alargamiento de campaña vivido el presente año “no va a venir mal, ya que, por ejemplo, Murcia, en consecuencia de esta acción, está sembrando menos pimiento. De ahí, a que esto se vea repercutido en mejores precios”, explica Vargas.

Sin embargo, hay agricultores que cada año deciden alargar su campaña de pimiento para “lograr mejores precios en

la recta final del ejercicio”, indica Andrés Góngora, secretario provincial de COAG. A estos productores “dicha decisión les va bien y ya lo hacen como algo rutinario cada campaña”.

Sin embargo, desde el punto de vista de Góngora, “son muchos los productores que no están de acuerdo con esta acción porque no quieren blanquear, además de que las cooperativas no plantean aguantar la producción y apuestan por que cuando madure el fruto se recolecte”.

En la campaña 2011/2012 se dieron en torno a 500 hectáreas de pimiento tardío

La pasada campaña, Francisco Vargas, presidente de ASAJA-Almería, ya informaba de que en la provincia almeriense se dieron en torno a 500 hectáreas de pimiento tardío, un cultivo que, según afirmó, “busca un mercado de menor producción y en fechas más invernales”. Igual, explicó que “quienes siembran en estas fechas buscan la rentabili-

dad en el menor coste de producción” y aseguró que, por ejemplo, “para producir en esos días se necesita menos mano de obra”. Eso sí, “quien cultiva en esos meses debe saber que, de media, tendrá unos 2 kilos menos por metro”, además de que, a priori, las plantaciones de tardío no suelen tener mayores problemas que las de frutos tempranos.



■ Invernadero de pimiento California. /FHALMERIA



■ Los precios del pimiento son algo mejores en los meses de invierno que en otoño. /FHALMERIA

UNA OFERTA ADAPTADA A LAS DEMANDAS DEL MERCADO

Syngenta reaparece en California amarillo con Galena, un pimiento rentable en invierno

■ Isabel Fernández

Syngenta sigue apostando firmemente por Galena en el segmento de pimiento California amarillo para trasplantes tardíos. Esta variedad, según comenta Víctor García, portafolio manager de pimiento de Syngenta para España y Portugal, tras dos campañas en el campo, “se ha consolidado como una referencia en el segmento tardío de California amarillo” y lo ha hecho gracias a “su alto rendimiento comercial durante todo el ciclo de invierno”.

Galena destaca, precisamente, por ser una variedad adaptada a los meses más fríos. Para ello, cuenta con una planta “fuerte y vigorosa” pero que, a su vez, “tiene mucha facilidad para cuajar frutos de calidad”. Esta adaptación al frío es tal que, según García, “en los meses de enero, febrero y marzo, cuando en una campaña como ésta el California amarillo alcanza precios altos, Galena marca la diferencia”. En este sentido, explica que, gracias a la rusticidad de la planta y a su vigorosidad, “no le tiene miedo al frío” y, de hecho, “la planta sigue produciendo y desarrollándose vegetativamente, lo que permite al agricultor llegar al final del ciclo con frutos bien formados”.

Galena ofrece al productor pimientos muy homogéneos no sólo en producción y calidad durante todo el ciclo, sino también en calibre, garantizando una G-GG durante toda la campaña. Asimismo, el porcentaje de destrío, sobre todo en las fechas de peores condiciones climatológicas, es muy bajo. Así, García argumenta que, “en determinados momentos, cuando suelen aparecer problemas de creontades o de manchas de trip, el porcentaje de destrío de Galena es muy pequeño con respecto a otras variedades”. Todo esto, unido a su “buen comportamiento” frente a oídio, pese a que no tiene la resistencia, hace de Galena un pimiento California amarillo “con un rendimiento comercial muy alto”. Pero las ventajas no son sólo para el agricultor, sino también para el comercializador.

En este sentido, Víctor García comenta que Galena tiene muy

Esta variedad destaca por su vigorosidad y facilidad de cuaje, cualidades que le permiten mantener una alta producción y calidad de fruto en los meses de enero, febrero y marzo, cuando el género alcanza los precios más altos de la campaña



■ Galena cuenta, además, con una gran uniformidad durante todo el ciclo y una excelente postcosecha.

buna conservación tanto en la planta, para regular las fechas de corte, como en la postcosecha. Con respecto a este último aspecto, apunta que “muchos comerciales de las principales empresas nos han comentado que, en ciertas fechas, cuando es habitual que haya problemas de

blandeamiento o de manchado, en el caso de Galena, se minimizan mucho”. A esto añade que la uniformidad de la producción y el fruto durante todo el ciclo permite a las empresas comercializadoras mantener sus programas habituales con sus clientes.

Por otro lado, y en cuanto a California rojo, Syngenta tiene dos variedades bien conocidas en el campo, cada una de ellas dirigida a un perfil distinto de agricultor. En primer lugar, Gallega es una variedad “que tiene más calibre GG”, debido, sobre todo, “al peso del pimiento, ya que tiene un fruto con mucha pared”. Este grosor de la pared “te permite mantener el pimiento en la planta y, además, garantiza una buena postcosecha”. Asimismo, mantiene una buena producción y forma de fruto durante todo el ciclo, puesto que “está adaptada a cuajes con frío”. Su mayor calibre la convierte en una variedad ideal para el agricultor de subasta, que siempre busca más kilos.

Alonso, por su parte, es un pimiento “pensado para la cooperativa porque tiene una producción muy alta de calibre G du-

rante todo el ciclo”, lo que permite trabajar en flowpack. Asimismo, es una variedad “muy versátil”, ya que “tanto en verde como en rojo te permite planificar la campaña para tener un alto porcentaje de ese calibre G, que se mantiene uniforme”, incluso en los meses de invierno, con un peso que oscila entre los 150 y los 200 gramos. Víctor García señala que, en el caso de Alonso, pese a ser una variedad muy conocida en el campo, “la hemos tenido que recuperar” porque “su alta uniformidad en frutos de calibre G, tanto para corte en verde como para corte en rojo, hace que se adapte perfectamente al flowpack de 500 gramos y es el propio mercado el que nos la está demandando”.

PIMIENTO LAMUYO

En Syngenta cuenta con una extensa gama de pimiento para el segmento tardío, con variedades no sólo de tipo California, sino también lamuyos. En este sentido, y de cara a la próxima campaña, la empresa sigue apostando por Gastón, una variedad ya consolidada en el mercado y que destaca por “su alta uniformidad en calibre grande durante todo el ciclo”, algo que, además, la diferencia el resto de variedades que hay en el mercado y que, “a medida que se va desarrollando la planta, van menguando y, al final, tienes una falta enorme de uniformidad en los frutos”, no sólo en calibre, sino también en calidad.

La novedad de Syngenta en este segmento es LF17047, un pimiento lamuyo de corte en rojo que está aún en fase de ensayos a gran escala. Esta variedad, según García, aporta algo fundamental, como es “la doble resistencia”, incorporando resistencias a “spotted y L4”, que son “muy valiosas”, puesto que, “de las variedades de lamuyo que hay actualmente en el mercado, la mayoría no las tiene”. LF17047 aporta, además, un alto “rendimiento productivo”, con una fruta de calidad, buena producción, buen comportamiento frente a cracking y excelente postcosecha.

Martinet, un pimiento tipo Kapya para diferenciarse de la competencia

También para el segmento tardío, Syngenta cuenta con un pimiento tipo kapya, Martinet. Esta variedad cónica para corte en rojo mantiene su uniformidad durante todo el ciclo productivo, tanto en producción como en calidad de fruta. Es un pimiento liso,

de forma cónica y con un tamaño que ronda los 15 ó 16 centímetros. Según Víctor García, “éste es un segmento que se está consolidando año tras año y Martinet ha demostrado ser una variedad muy adaptada a este ciclo en Almería”.

Galena.

Máximo rendimiento
de primera.

www.syngenta.es

syngenta.

EN PIMIENTO

El Sistema de Alerta Rápida de Alimentos notifica siete alertas en tan solo dos meses

Todas las partidas bloqueadas por incumplir la legislación fitosanitaria europea son de países terceros, en ningún caso de España o el resto de la UE, siendo Marruecos, Turquía y República Dominicana los productores que más incumplen la norma

■ Rafa Villegas

En los dos últimos meses, siguiendo lo que viene siendo habitual, el pimiento ha sido la hortaliza que más ha figurado en la lista del Sistema de Alerta Rápida de Alimentos (RASSF) por superar, siempre los procedentes de países terceros, los límites máximos de residuos (LMR) permitidos en los países de la Unión Europea.

Así, por ejemplo, Bélgica paralizó una partida de pimiento procedente de República Dominicana por contener, en el análisis realizado el 2 de abril, 0,23 miligramos por kilo de lamda-cyhalothrin, más del doble de los 0,1 permitidos.

Apenas nueve días más tarde, Bulgaria bloqueó y ordenó la destrucción de un envío de pimiento, con origen en Turquía, por contener 0,205 miligramos por kilo de formetanate, cantidad cuatro veces superior a los 0,05 que permite la legislación fitosanitaria europea.

También en abril, Eslovenia evitó la distribución de una partida de pimiento egipcio por contener 0,19 miligramos por kilo de chlorfenapyr, siendo el máximo permitido 0,05.

Del mismo modo, la RASSF también notificó en el mes de abril la prohibición de distribuir el pi-



■ Cultivo de pimiento California amarillo sanísimo y de primerísima calidad en un invernadero almeriense. /FHALMERIA

miento de un envío realizado desde Marruecos y que llegó hasta el territorio de la República Checa. Los análisis se llevaron a cabo en marzo, si bien no se publicó la incidencia hasta el mes siguiente. En este caso, en la partida de pimiento fresco rojo marroquí detectaron 0,37 miligramos por kilo de dicofol y 0,12 de tetradifón, cuando el máximo permitido en esta hortaliza es de 0,02

miligramos por kilogramo de dicofol y sólo 0,01 de tetradifón.

CÓCTEL DE PESTICIDAS INDIO

Francia, por otra parte, ya el pasado mes de mayo, paralizó una partida de pimiento procedente de India por contener un cóctel de once pesticidas, de los que siete superaban, con creces, los límites máximos de residuos permitidos en el territorio comuni-

tario europeo. Concretamente, las autoridades francesas competentes hallaron 0,63 miligramos por kilogramo muestreado de acefato (el máximo permitido es de 0,01); 0,56 miligramos por kilo de ethion (su máximo legal es de 0,01); 0,72 miligramos por kilo de metamidofos (con un máximo permitido de 0,01); así como 0,098 miligramos por kilo de profenofos (nue-

ve veces más de lo permitido).

Del mismo modo, el cóctel de pesticidas de este pimiento indio incluía 0,11 miligramos por kilo muestreado de triazophos (once veces más de lo permitido); 0,016 de thiphanate (su máximo tolerado es de 0,01); 0,11 de carboforano (diez veces más de lo permitido); así como justo el límite máximo de 0,01 miligramos por kilo tanto de lamda-cyhalothrin como de hexaconazole; además de índices permitidos de acetamiprid y de inoxcarb.

Finalmente, el pasado 7 de mayo fueron las autoridades españolas las que se vieron obligadas a bloquear una partida de pimiento, en este caso llegado de ultramar, más concretamente desde República Dominicana, mientras que Bulgaria hizo lo propio cinco días después con otra partida de pimiento, ésta turca.

En el primero de los casos, el laboratorio español halló 0,63 miligramos por kilogramo muestreado de carbendazim, una cantidad nada menos que 63 veces superior a la aceptada por la legislación fitosanitaria europea.

En cuanto al pimiento turco, Bulgaria, una vez más, evitó su distribución por los lineales de los supermercados y posterior consumo por contener 0,207 miligramos por kilogramo de formetanate, cuyo máximo permitido es de 0,05.

UNA OPCIÓN DE CALIDAD

Los pimientos 'mini' triunfan en las tiendas gourmet de Alemania y Reino Unido por su exquisito sabor

■ R. V. A.

Los continuos esfuerzos de las casas de semillas por innovar y ofrecer las mejores variedades de los diferentes productos hortofrutícolas a los agricultores de la provincia, así como las nuevas exigencias de los consumidores de los mercados de destinos más importantes han sido la clave para que las nuevas variedades de pimiento dulce y de reducidas dimensiones

se estén consolidando. Y es que, estos pimientos son unas auténticas delicatessen y han entrado con fuerza en los establecimientos gourmets europeos, muy especialmente en los alemanes y en los del Reino Unido.

Son varias las casas de semillas que comercializan ya pimientos de estas características. Es el caso, por ejemplo, de Enza Zaden, que oferta su línea Tribelli, que ha conquistado a los productores que la han elegido

por sus excelentes características y por el precio más elevado que han conseguido con respecto a otros tipos de pimiento. Otra casa de semillas que ofrece pimientos mini, en este caso con forma cónica, es Diamond Seeds con su Sweet Bite en tres variedades, uno rojo, otro naranja y otro amarillo.

Un punto importante a tener en cuenta es que, como ya viene siendo habitual, las casas de semillas que ofertan estos exqui-



■ El Tribelli de Enza Zaden. /FHALMERIA

sitos pimientos mini, que de momento han encontrado fácil mercado en las tiendas más gourmets de Europa, es que se han creado pensando en las características climáticas, de suelo, etcétera existentes en la comarca del Poniente almeriense. Es por ello que, lógicamente, se adaptan a la perfección a los invernaderos de El Ejido o Roquetas de Mar, por poner dos ejemplos de zonas productoras de pimiento en todos sus tipos y variedades.

Respecto a estos pimientos mini, el secretario general de COAG-Almería, Andrés Góngora, valora muy positivamente "su consistencia y su buen aguante, además de que los hay de una amplia gama de colores".

AÑO POSITIVO

El pimiento, de media, ha registrado un buen otoño e invierno de cotizaciones

El tipo California amarillo alcanzó los tres euros por cada kilogramo en la recta final del mes de febrero, precio muy rentable

■ Rafa Villegas

La campaña de pimiento ha sido, de media, positiva en cuanto a precios se refiere. Entre la semana 38 de 2012, que fue del 17 al 23 de septiembre, y la 11 de 2013, entre los días 11 al 17 de marzo, si se compara con el mismo período del año agrícola anterior las cotizaciones han sido según el Observatorio de Precios y Mercados de la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía, un 6 por ciento más caros. Y es que, mientras que el

precio medio en la campaña de otoño-invierno anterior fue de 67 céntimos en esta ocasión ha sido de 71, con altibajos.

Por productos, el que ha alcanzado el mayor precio ha sido el pimiento California amarillo, que llegó a alcanzar los tres euros por cada kilogramo de producto en la recta final del mes de febrero. No obstante, hasta el 30 de noviembre cotizó entre 40 y 70 céntimos el kilo, de primer corte. Ya en enero subió hasta una media de 90, mientras que la gran subida la experimentó en febrero, pasando de unos 122 céntimos de inicio, el día 15, a los tres de finales de mes.

El otro pimiento que ha sobrepasado la barrera de los dos euros el kilo ha sido el California rojo, también con altibajos. Así, este producto no pasó de los 70

céntimos de primer corte hasta mediados de noviembre, fecha en la que comenzó a subir y osciló entre los 75 y los 120 céntimos de euro el kilo. Ya en marzo comenzó a mejorar su cotización hasta alcanzar los 2,32 euros por kilo en abril. Su precio, a fecha de 30 de mayo, ha sido de entre 44 y 80 céntimos.

El California verde se ha vendido a más de 80 céntimos de diciembre hasta abril, bajando a partir de ahí hasta los 64 de inicio del día 30 de mayo.

El morrón verde empezó la campaña a unos 50 céntimos y el único mes que ha sobrepasado varios días del euro el kilo ha sido el de marzo.

En cuanto al italiano verde, este tipo de pimiento se ha vendido entre 80 y 150 céntimos de euro, de media, este otoño-invierno.



■ Cultivo de pimiento California amarillo, el que ha cotizado más caro. /FHALMERIA

Produced and distributed by SAT Agroidis

EXPERIENCE THE ORIGINAL SWEET TASTE

the original tribelli®

sweet experience

Tribelli is a registered trademark of Enza Zaden Beheer, B.V. www.tribelli.com

¿QUÉ PIDE EL AGRICULTOR?

Calidad de fruto y buena producción, claves para optar por un cultivo tardío de pimiento

Quienes buscan una variedad para trasplantar muy avanzado el mes de agosto quieren un producto que soporte bien el frío

■ Isabel Fernández

Cada campaña son más los agricultores que se decantan por hacer un ciclo tardío de pimiento, en gran medida, debido a que sólo quieren apostar por un cultivo y, por tanto, buscan alargar el ciclo todo lo posible. Pero esto no es tan fácil; de hecho, hay que buscar variedades que se adapten a unas condiciones climatológicas más adversas y que, incluso con las temperaturas más bajas, respondan adecuadamente.

Para dar respuesta a estas demandas, las casas de semillas se afanan en encontrar esas variedades que ofrezcan lo que piden los productores. De este modo, los pimientos para ciclo tardío en los que trabajan las casas de semillas, muchos de ellos ya en el mercado, reúnen características como, por ejemplo, un excelente cuaje con calor, pero, sobre todo, con bajas temperaturas. Esta facilidad de cuaje es muy apreciada por los agricultores, a quienes no se les pasa por alto que de ello depende que su cultivo resulte más o menos productivo. Esta facilidad de cuaje viene acompañada, normalmente, por una cierta vigorosidad de la planta, cualidad fundamental para asegurarse de que el cultivo pasa bien el invierno, sin altibajos.

Para cualquier agricultor, a la hora de comercializar su producción, es muy importante poder mantener no sólo un nivel de producción adecuado durante todo el año, sino también un producto de calidad durante todo ese mismo tiempo. En este sentido, las empresas de semillas ponen un especial interés en conseguir variedades que alcancen un perfecto equilibrio entre calidad y producción durante todo el ciclo productivo, garantizando al agricultor una uniformidad no sólo a la hora de que su planta eche kilos, sino también a la hora de valorar la calidad tanto interior como exterior de su produc-



■ Los agricultores valoran que el cultivo siga cuajando con facilidad incluso con temperaturas muy bajas. /FHALMERIA



■ Garantizar una producción uniforme es fundamental para poder responder a las programaciones anuales. /FHALMERIA

to. Y es que no se puede perder de vista que la mayor parte de las comercializadoras trabajan con programas anuales cerrados, con lo cual tienen la necesidad de poder surtir de producto a sus clientes siempre que éstos lo necesiten. De ahí la importancia de que los cultivos mantengan una uniformidad tanto en la calidad de los frutos, su calibre y, cómo no, su producción.

Directamente relacionada con la calidad aparece una nueva

Lo más importante es 'dar la talla' en la recta final de la campaña agrícola

Teniendo en cuenta que los productores tienden a ese ciclo largo de pimiento, también es muy importante 'perfeccionar' la semilla hasta el punto de que siga ofreciendo rentabilidad al productor, incluso, cuando el cultivo entra en su recta final. No es

de extrañar que, en ocasiones, cuando el cultivo alcanza sus últimas semanas, tanto su producción como la calidad de sus frutos sean algo menores. Sin embargo, las nuevas variedades comerciales están poniendo solución a este problema.

cuestión: la resistencia a cracking o problemas de rajado. Ambos son defectos que, a la hora de la venta, deprecian el producto, luego, las empresas de semillas deben garantizar a los productores que ni el uno ni el otro supondrán problema alguno para sus productos.

Al final, lo que todo agricultor busca es un equilibrio perfecto entre producción y calidad, de modo que, a la hora de la venta, pueda obtener el mejor precio para su producto. Un pimiento que, si es 'parejo', le puede llevar a mantener un cierto grado de rentabilidad durante todo el ejercicio, siempre y cuando no existan grandes intromisiones de productores de terceros países.

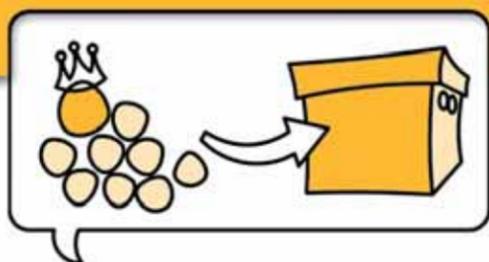
El segmento tardío, poco a poco, va cobrando protagonismo y, cómo no, supone un nuevo reto para las casas de semillas, que no desisten ni un segundo en aportar a los agricultores aquello que piden, siempre pensando en el beneficio no sólo del productor, sino también de la comercializadora y, en última instancia, del consumidor que, al fin y al cabo, es quien se decantará por un pimiento u otro cuando lo vea en el lineal de su supermercado habitual.

Especial SANDÍA



La comercialización de sandía se ha convertido en una cuestión de marca

agrobío *vuela* ... 



las mejores condiciones



express
24 en menos de horas



bio y control biológico
polinización



+ producción
+ calidad

EL PRODUCTO YA ESTÁ EN LOS MERCADOS

La sandía almeriense se consolida como la preferida por los consumidores europeos

El año pasado, el producto de la provincia logró una cuota de mercado del 40%, con más de 147.000 toneladas exportadas

■ Isabel Fernández

Tras años de altibajos, la sandía almeriense ha logrado consolidarse en el mercado europeo y lo ha hecho, en gran medida, gracias a los esfuerzos de todo el sector, desde las empresas de semillas, que han aportado el material genético adecuado, hasta el productor y la comercializadora, que han sabido responder a las demandas de los consumidores. El resultado, a día de hoy, es una cuota de mercado en Europa del 40%, según los datos relativos a la pasada campaña agrícola, la 2011/2012, facilitados por la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA).

Esta cuota de mercado alcanzada por Almería en la Unión Europea (UE) sitúa a la provincia en una situación de clara ventaja con respecto a sus competidores, la mayoría también exportadores nacionales. Y es que, tal y como apuntó María José Pardo, gerente de la Interprofesional, “nuestros principales competidores se encuentran dentro del país, ya que son las comunidades más cercanas, como Murcia y Valencia, las que exportan también un grueso significativo de toneladas al exterior”. Con respecto a los tan temidos países de ultramar, que, cada campaña, cuando arranca la comercialización de la sandía local, aún tienen presencia en los mercados comunitarios, apenas alcanzan un 5,5% de cuota de mercado, según recoge el ‘Análisis de la Campaña Hortofrutícola de Almería. Campaña 2011/2012’, elaborado por la Fundación Cajamar Caja Rural.

Sólo durante el pasado ejercicio, la provincia exportó 146.996 toneladas de sandía, apenas un 0,1% más que un año antes. En cualquier caso, la facturación de estas ventas no creció acorde a los volúmenes comercializados y, de hecho, según el citado informe de Cajamar Caja Rural, estas exportaciones alcanzaron un



■ Los consumidores otorgan un valor especial al sabor de esta fruta. /FASHION



■ Los buenos precios de las plantaciones de invierno han hecho que la campaña vaya algo más retrasada este año. /FHALMERIA

valor de 58,8 millones de euros, un 21,3% menos que un año antes, cuando las ventas al exterior de sandía sumaron 74,7 millones de euros. Los volúmenes exportados ponen de manifiesto la aceptación que el producto almeriense está logrando entre los consumidores europeos que, de momento, parecen no estar dispuestos a pagar un precio muy justo por un producto de calidad y que garantiza una correcta seguridad alimentaria.

“Si la campaña no se tuerce, podríamos tener unos resultados aceptables”

El delegado territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, José Manuel Ortiz, ha afirmado que, “a la vista de cómo van las primeras semanas de la campaña de primavera, si no se tuerce, creo que podría cerrarse con unos resultados

aceptables”. En declaraciones a fhalmería, Ortiz ha reconocido que, aunque la sandía no está considerada uno de los productos más rentables de la campaña, “hasta ahora, va bien”, luego, no habría de ‘enturbiar’ el balance provisional del año.

En cualquier caso, la provincia ha sabido adaptarse a las demandas de los mercados comunitarios. Unos mercados que buscan, según especificó María José Pardo, unos frutos de calibres algo más pequeños, “acordes con las unidades familiares actuales” y que, además, no tengan pepitas. Junto a esto, los compradores valoran, y mucho, el sabor de la sandía, a la que, según los estudios realizados por HORTYFRUTA, le piden que tenga unos 11° Brix de azúcar para percibir que, realmente, están en su punto óptimo de maduración. Precisamente por ello, la Interprofesional ha puesto en marcha, también este año, su campaña ‘No cortes en verde’, en la que hace una serie de recomendaciones a los productores, entre ellas, que la sandía tenga un mínimo de 9° Brix a la hora del corte, así como que no estén huecas y estén exentas de virus.

En esta campaña, que va algo más retrasada con respecto al año pasado, debido al retraso también en el arranque de los cultivos de invierno, se prevé que en la provincia se cultiven unas 5.700 hectáreas de sandía, en las que se producirán unas 350.000 toneladas de esta fruta tan estival.

FRUTA DE VERANO

Grupo AGF apuesta por la innovación con su campaña 2013 de sandía fashion Go!

El objetivo es seguir trabajando en nuevos productos y formatos con el fin de que sandía fashion siga estando tan valorada

■ CIA

La innovación está presente en cada una de las acciones del grupo AGF, ya que se trata de trabajar sin descanso para que la marca sandía fashion siga estando tan valorada como hasta ahora, ofreciendo a sus clientes atención, garantía y futuro. En este sentido, de cara a la campaña de sandía 2013, el grupo ha lanzado su propuesta fashion Go!, la sandía que 'se lleva'. Se trata de una iniciativa adecuada para establecimientos donde se realiza un tipo de compra 'commodity', de tienda

de proximidad o conveniencia. Una de las características de este producto es que lleva incorporada un asa de transporte, para que el consumidor pueda llevarla a la playa o a la montaña cómodamente.

La sandía marca fashion se caracteriza por su gran sabor, dulce y crujiente, su color rojo intenso, por no tener semillas y por mantener el aspecto y sabor tradicional de la sandía de 'toda la vida'. Su alto contenido en licopeno y citrulina le dan propiedades antioxidantes y efectos beneficiosos para el corazón y el sistema inmunitario.

Otra de las novedades con las que cuenta fashion es la sandía Ice Box, lanzada en la campaña 2012, y que se comercializa en formatos pequeños de entre 2 y 3 kilos, además de que también se presen-

ta con una cómoda malla de transporte por asa.

Grupo AGF es un proyecto que ofrece al mercado una sandía negra sin pepitas uniforme en calidad y que, hoy en día, se ha convertido en la agrupación de empresas de mayor envergadura en el sector primario hortofrutícola en Europa. En 2002 nace el proyecto, con el propósito de crear un amplio calendario de sandía de máxima calidad, ajustado a las necesidades de los clientes y consumidores actuales, marcándose como principal objetivo recuperar la confianza en el consumo de sandía.

Durante 2012, las empresas produjeron y comercializaron a través de la marca fashion 70.000 toneladas de sandía negra sin pepitas, en una superficie de plantación de 1.650 hectáreas.



■ Novedades con las que cuenta fashion. /FHALMERIA



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

GRACIAS por confiar en sandía fashion®



www.sandiafashion.com

GRUPO
AGF

GRACIAS A SU ESFUERZO, NUESTRA SANDÍA MARCA FASHION® ESTÁ EN LOS HOGARES DE MILES DE FAMILIAS ESPAÑOLAS. GRACIAS A SU CONFIANZA, HOY ESTAMOS PRESENTES EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EUROPEOS. DESDE GRUPO AGF LE SEGUIREMOS OFRECIENDO EL MEJOR SERVICIO, UNA ATENCIÓN COMERCIAL PERSONALIZADA A SUS NECESIDADES Y UN PRODUCTO SALUDABLE Y DE LA MÁXIMA CALIDAD. DESCUBRA AHORA TAMBIÉN FASHION GO!, CON UNA CÓMODA ASA PARA SU TRANSPORTE. ¡LA SANDÍA QUE SE LLEVA!

fashiOn®

CONSOLIDADA

La sandía sin pepitas Bouquet de Anecoop, reina del verano en el continente europeo

La cooperativa de segundo grado apoya la promoción nacional de su sandía con una nueva versión de su juego 2.0 Método Bouquet

■ CIA

La sandía sin pepitas Bouquet continúa liderando su categoría en el mercado europeo. No hay que olvidar que es la primera sandía sin pepitas que se introdujo en Europa; de la mano de Anecoop y bajo su marca insignia, Bouquet, está presente cada temporada desde hace más de veinte años en los lineales de frutas y verduras de las principales cadenas de distribución en veintiocho países.

La pasada campaña, la empresa comercializó 87.000 toneladas de sandías, registrando un crecimiento del 6% con respecto al ejercicio anterior. De este volumen, el 75% corresponde a la familia de sandías sin pepitas, Bouquet Stars, que está integrada por la sandía de carne roja, la sandía amarilla, la Mini Precious Petit y la sandía de corteza negra; todas ellas disponibles además en cultivo ecológico bajo la marca Bouquet Bio, ajustándose de esta manera a los gustos y preferencias de cada consumidor. Esta campaña, Anecoop prevé comercializar en torno a las 100.000 toneladas de sandías, un 15% más que el año pasado.

Se trata de un programa global único en el territorio nacional que cuenta con unos protocolos y unos procedimientos que marcan todo el proceso de producción desde la selección varietal, el manejo agronómico de las variedades a la integración de esfuerzos en la producción, gestión integral de la calidad, concentración y diversificación de la oferta hasta la comercialización misma del producto, atendiendo al mismo tiempo a las exigencias propias de la marca de acuerdo con la normativa europea y velando por el cumplimiento de las normas, tanto en origen como en destino.

Este año, debido al retraso general de dos a tres semanas en el inicio de la campaña por causas climatológicas, el calendario de comercialización de la san-



■ Gama de sandías Bouquet, de la cooperativa de segundo grado Anecoop. /FHALMERIA

día Bouquet se extiende desde mediados de abril hasta finales de septiembre, comenzando con las producciones de Almería para pasar después a las de Murcia, Alicante, Valencia, Castellón y Tarragona, finalizando en La Mancha.

La campaña promocional de la sandía Bouquet se va a desarrollar en aquellos mercados en los que se está produciendo una importante consolidación de la marca. En el ámbito internacional, las acciones tendrán lugar en París y sus alrededores y la ciudad de Praga y algunas localidades de las afueras. Asimismo, Anecoop ha puesto en marcha en Francia, junto a su filial en Perpignan, Anecoop France, la segunda fase de la campaña 'Cultivons le Futur', una iniciativa que se presentó en el mercado galo hace ahora un año y que está dando muy buenos resultados. En esta segunda etapa, que pronto dará comienzo a través de la plataforma www.cultivonslefutur.fr, la sandía tendrá, como fru-

ta estrella del verano, un especial protagonismo.

PROMOCIÓN NACIONAL

España es un mercado por el que Anecoop continúa apostando muy fuerte en el terreno promocional. Para ello, este año intensifica el calendario de acciones apoyándose en su campaña de Responsabilidad Social Corporativa, Bouquet Cultivamos Futuro, y especialmente en el Método Bouquet, un juego 2.0 dirigido a familias con hijos que está integrado en la plataforma www.cultivamosfuturo.com y que constituye una de sus principales iniciativas para fomentar el consumo de frutas y hortalizas en la sociedad y, especialmente, entre el público infantil.

A través de la superación de retos y misiones y durante un periodo de 28 días (los expertos concluyen que una rutina se convierte en un hábito a partir de 21 días) las familias pueden jugar al Método, obteniendo como be-

neficio el incluir en su dieta habitual una fuente de salud como son las frutas y verduras, consiguiendo que los pequeños de la casa dejen de verlas como algo negativo y fomentando al mismo tiempo la competitividad sana entre los miembros de la familia, al tratarse de un juego.

Este año, Anecoop lanza una nueva versión del Método Bouquet, que le ayudará a alcanzar más fácilmente el objetivo de que las frutas y verduras se conviertan en parte de la rutina alimenticia diaria de todos y todas de una forma fácil y divertida. Para ello, ha adaptado el Método Bouquet a cuatro perfiles diferentes de familia siguiendo dos criterios: por una parte, según el tiempo de que disponga la familia para poder llevar a cabo el juego desde el hogar y, por otra, de acuerdo a la edad de los pequeños de la casa.

La nueva plataforma dispone de una web más navegable, con una imagen mejorada y nuevos retos y misiones. Las familias re-

gistradas podrán disfrutar de una mayor interacción y dispondrán de todas las instrucciones necesarias a través del Manual de Juego. Podrán también realizar consultas a las fases previas al Método, como son el Manual de Ideas y la experiencia de las familias que participaron en el concurso 'Dando Ejemplo'. Con esta versión mejorada del juego, Anecoop espera incrementar el número de familias registradas en un 35% en un año.

La iniciativa cuenta con el apoyo de la Generalitat Valenciana a través de sus consellerías de Agricultura y de Sanidad. De hecho, la metodología ha sido revisada por los expertos en nutrición de ésta última, lo que avala los resultados obtenidos a través del Método, que son presentados a cada familia en un informe de Evaluación Final.

Además, la sandía Bouquet estará también presente apoyando distintas iniciativas deportivas y de ocio infantil durante todo el verano.

síguenos en  @Bouquet_es

 <http://www.facebook.com/bouquetcultivamosfuturo>

Conseguidos con esfuerzo,
los logros tienen más sabor.

Los frutos del esfuerzo tienen más sabor.

Como las sandías Bouquet Stars: con el sabor de las cosas bien hechas.

En **Anecoop** conocemos el esfuerzo, que desde nuestra posición de productores nos ha llevado a ser el primer operador europeo de sandías sin pepitas y sinónimo de calidad, innovación y continuidad en los mercados en los que estamos presentes.

Esfuerzo que nos permite ofrecer un conjunto de variedades con el que dar respuesta a las expectativas de nuestros clientes en cuanto a calendario, volumen, constancia, calidad y seguridad alimentaria.

Y presentar la familia de Sandías sin pepitas Bouquet Stars: la Sandía Roja, la Sandía Amarilla, la Negra y la Mini. Cada una de ellas responde a una demanda específica de los consumidores. También disponibles en producción biológica.

Bouquet cultivamos futuro es un proyecto en el que trabajamos día a día bajo nuestros principios de Responsabilidad Social Corporativa: fomentando la alimentación saludable, garantizando la seguridad alimentaria, respetando el medio ambiente y generando proyectos de economía social.



www.bouquet.es

Anecoop, S. Coop • Tel: 963 938 500 • info@anecoop.com



PRESENTACIÓN

CASI comienza la campaña de sandía con el objetivo de superar los kilos de la anterior

Las características de la 'Reina de CASI', la sandía de la cooperativa almeriense, la hacen más que apetecible. Y es que, no tiene pepitas, su tamaño es mediano, tiene un color externo oscuro, una carne de color rojo intenso y un sabor dulce excepcional

■ Rafa Villegas

CASI presentó en sociedad la nueva campaña de su sandía 'Reina' y su melón 'Miel' en un acto que tuvo lugar el pasado 24 de mayo y en el que se dieron cita, entre otros, el delegado territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía, José Manuel Ortiz Bono, y el alcalde de Almería, Luis Rogelio Rodríguez Comendador.

El recién reelecto presidente de CASI, José María Andújar, ha asegurado que se han fijado como objetivo para la actual campaña de sandía y melón "crecer en la comercialización y así superar este año los 13 millones de kilos entre ambas frutas, frente a los 12 millones de kilos de la pasada campaña".

En cuanto a porcentajes, el mayor peso de la campaña lo va a llevar, un año más, la sandía, que registrará el 70 por ciento de la producción, frente al 30 por ciento restante del melón.

Respecto a la importancia de estas dos frutas de primavera para la empresa, Andújar ha asegurado que hay que tener en cuenta que, "además de ser líderes en tomate, ya que nuestra marca la conoce la inmensa mayoría de consumidores, tanto en España como en Europa, también somos



■ El presidente de CASI, José María Andújar, en la presentación con el delegado de Agricultura y el alcalde de Almería.

un referente en sandía y en melón".

SANDÍA

CASI comercializa la marca 'Reina de CASI', una sandía que reúne todas las características que demandan los consumidores, ya que no contiene pepitas, su tamaño es mediano, de entre tres y seis kilos, por lo que cabe perfectamente en el frigorífico, tiene un color externo oscuro, una

carne de color rojo intenso, así como un sabor dulce excepcional. Además, el corte y la recolección de la misma los realizan sólo personal especializado que decide el momento óptimo de recolección en función de la madurez del fruto.

En cuanto a la comercialización de la 'Reina de CASI', se lleva a cabo en la temporada de verano, más concretamente entre los meses de mayo y julio, con

un mínimo de 9 grados brix. Además, cabe destacar que esta sandía se cultiva de manera tradicional, con métodos tan naturales como la polinización por abejas.

MELÓN

En cuanto al melón 'Miel de CASI', se trata de una marca consolidada, cuyas fechas de venta se enmarcan también entre los meses de mayo y julio. Desde la

comercializadora han destacado, entre sus características, que tiene un mínimo de 12 grados brix, siempre adecuados para su sabor excepcional. Además, al igual que ocurre con la sandía, también se cultiva de una forma tradicional con métodos naturales. De ahí su sabor dulce único para disfrutar durante los meses estivales.

Por todo ello, el delegado territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, José Manuel Ortiz Bono, ha asegurado que "CASI es una marca reconocida en toda Europa, por el sabor de sus productos, tanto el tomate como la sandía y el melón; siempre destaca la elegancia de sus presentaciones y ofrece un servicio al cliente de gran calidad".

Del mismo modo, Ortiz Bono ha destacado "la importancia de una estrategia de promoción de las frutas y hortalizas de Almería, como en este caso, para mantener el posicionamiento de la agricultura almeriense en toda Europa". El delegado confía, además, en que este año "la campaña de sandía y melón sea positiva en Almería" y ha recordado la campaña 'No cortes en verde' en toda la provincia para que "se corte el producto en su momento óptimo de maduración".

Para el alcalde de Almería, "CASI es una marca de una calidad excepcional y, al igual que su tomate, tiene un sandía y un melón de gran sabor".

PARA MELÓN Y SANDÍA

La campaña 'No cortes en verde' sigue con tres veces más inspecciones

■ R. V. A.

La Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía y la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA) continúan con su campaña 'No cortes en verde', que busca mejorar aún más el sabor de la sandía y el melón.

El retraso que lleva la producción de ambas frutas ha impedido que existan ya valoraciones

acerca de la campaña 'No cortes en verde'. Lo que sí ha confirmado la gerente de HORTYFRUTA, María José Pardo, es que, en cuanto a las inspecciones, y gracias a la implicación de la Delegación, "que ha estado mano a mano con la Interprofesional trabajando en la mejora de calidad del melón y la sandía, se llevarán a cabo tres veces más inspecciones que en años anteriores. No obstante, tenemos que dejar que la campaña avance un

poco más para saber el impacto real que están teniendo las acciones que estamos llevando a cabo".

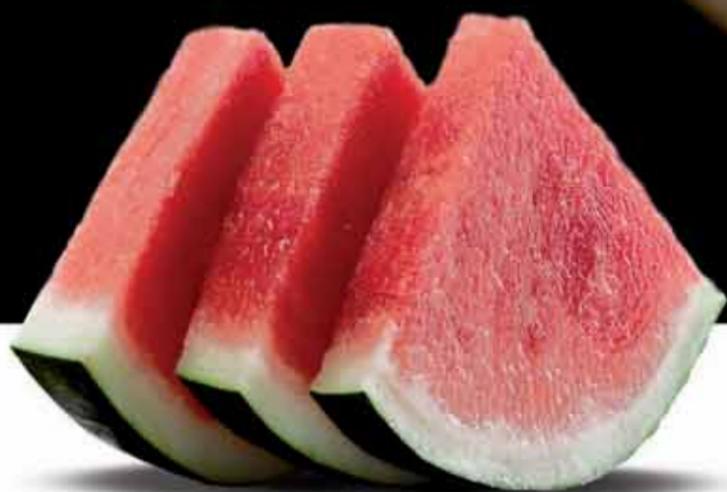
La campaña 'No cortes en verde' aconseja comercializar sandía con un mínimo de 9 grados brix, melón Cantaloup y melón piel de sapo con al menos 11 y, por otra parte, 10 grados como mínimo tanto para el Galia como para el amarillo. La firmeza del melón debe oscilar entre 2 y 4 kilos por centímetro cuadrado.



■ Sandías en una explotación agrícola del término municipal de Níjar. /FHALMERIA

El sabor
que perdura
en tus labios.

Este verano se llevan los sabores frescos e intensos de la Sandía Reina de CASI. La Sandía sin pepitas de aspecto externo verde oscuro y rojo vivo muy apetitoso. Prueba la Sandía Reina de CASI y verás como perdura su sabor en tus labios.



Ctra. de Nijar - Los Partidores
04120 La Cañada - Almería
Tel.: 950 62 60 07 - Fax: 950 29 08 63
correo@casi.es / www.casi.es



La Reina de las sandías, sin pepitas.

POR PARTE DE CARREFOUR Y ALCAMPO

COAG y UPA denuncian la venta a pérdidas de sandía negra para hundir el mercado en origen

Las organizaciones agrarias aseguran que tanto Alcampo como Carrefour quieren destruir el valor de los productos españoles

■ Elena Sánchez

La organización agraria LCOAG Andalucía denunció hace unos días que Carrefour estaba utilizando la sandía negra como producto reclamo, al ofrecerla en su lineal a 0,69 euros el kilo, un precio inferior al coste actual del producto, hecho que también llevó a cabo días más tarde Alcampo, quien utilizó la misma táctica, aunque con una oferta mucho más agresiva, al vender esta fruta al inicio de campaña por 0,59 euros el kilo. COAG Andalucía considera que este tipo de prácticas, además de suponer un desprestigio para el producto, provoca un efecto de arrastre a la baja del precio a lo largo de toda la cadena, que acaba imponiendo a los agricultores precios inferiores a sus costes de producción. De hecho, según la organización agraria, la propia CNC reconoce en un informe sobre las relaciones entre fabricantes y distribuidores del sector alimentario, que esta práctica afecta directamente a la estructura de precios dentro de la cadena, sometiendo a una fuerte presión a todos los fabricantes y productores.

Según ha comentado el responsable de Frutas y Hortalizas de COAG Andalucía, Andrés Góngora, en ambos casos, “tanto Carrefour como Alcampo están vendiendo a un precio inferior al coste actual de este producto si incluimos transporte, manipulación, almacén, etc. Sin duda, todo esto es parte de la estrategia que tienen quienes controlan el mercado para distorsionarlo y provocar la caída en picado de nuestros precios en origen”.

CAMPAÑA

Por otro lado, desde la organización han informado de que la campaña acaba de empezar en España, con las primeras producciones de Granada y Almería. De hecho, este año ha habido retraso y se reducirá la pro-

ducción por problemas de cuaje, debido a las condiciones meteorológicas y a las dificultades para realizar la polinización, por lo que la oferta es escasa y la demanda es alta. De ahí que COAG Andalucía entienda que no hay razones de mercado que justifiquen esta bajada de precios, salvo de hacerse con el mercado a costa de provocar una caída de la renta de los productores. Y es que, la sandía negra se encuentra en los lineales de otros supermercados “a un precio muy superior”.

En opinión de Andrés Góngora “es curioso que se ponga en marcha esta estrategia comercial justo ahora, cuando empezamos a producir en España y no lo hayan hecho mientras el producto procedía de las importaciones”. Por eso, esta organización agraria reclama a ambas cadenas que retiren esta oferta y dejen de tensionar el mercado con prácticas especulativas que atacan frontalmente el interés económico y la generación de empleo en el medio rural. Y es que “si persisten en este ataque al sector, no descartamos promover el boicot a sus productos”, ha concluido Góngora.

Por su parte, también desde la organización agraria UPA han de-



■ Venta de sandía negra almeriense en Carrefour. /COAG



■ Catálogo de Alcampo ofertando sandía de Almería. /COAG

nunciado la acción de Carrefour por “destruir el valor de los productos españoles”. De hecho, ha criticado que determinados alimentos tengan precios “diferentes” según se encuentren en establecimientos a un lado u otro

de la frontera. Y es que, además de la sandía, también se han visto otros ejemplos como el aceite de girasol, donde la marca Carrefour en España cuesta 1,28 euros el litro, mientras que en Francia es un 82% más caro (2,33 eu-

ros el litro). UPA pide a la empresa que actúe con responsabilidad, siendo conscientes de su poder para marcar el precio de un producto, que al final se traduce en que “un agricultor pueda vivir o no de su trabajo”.

Noticias

JOSÉ MARÍA ANDÚJAR ■■■ PRESIDENTE DE CASI

“He sido el presidente elegido con más votos, supone orgullo y responsabilidad”

El presidente de la mayor comercializadora de tomate del mundo contesta unas preguntas a fhalmería tras su reciente reelección

■ Rafa Villegas

Pregunta.- Tras tres años de mandato en los que con su Plan de Gestión Integral CASI logró 5,3 millones de euros, ¿cuáles son las razones fundamentales de la convocatoria de elecciones?

Respuesta.- Fue una decisión consensuada de toda la Junta Rectora. Consideramos que era fundamental el adelanto de los comicios, puesto que se deben tomar decisiones importantes respecto a inversiones, concentración de la oferta, nuevos mercados, etc. para seguir liderando la producción y comercialización del tomate en Europa, y no se pueden posponer un año. Y son retos que requieren toda



■ José María Andújar. /FHALMERIA

una legislatura, cuatro años, para desarrollarlos. Es a lo que voy a dedicar a partir de ahora todo mi esfuerzo, en colaboración con la Junta Rectora y la Asamblea, una vez que he sido reelegido.

P.- Ha sido reelegido por la mayoría más amplia de la historia de la comercializadora, ¿queda, pues, totalmente cerrado el des-

acuerdo que le llevó a plantearse, incluso, la dimisión?

R.- Sí, totalmente. He recibido el apoyo de 568 socios en una asamblea histórica, con la presencia de cerca de 1.000 cooperativistas. He sido el presidente elegido con el mayor número de votos de los socios de la historia, lo cual supone una gran responsabilidad y un orgullo. Mi familia lleva toda la vida en CASI. Mi padre fue una de las familias fundadoras de esta cooperativa. Y este respaldo es emocionante.

P.- En su mandato trienal CASI ha conseguido que el cien por cien de su superficie se cultive con control biológico; se le ha dado también un impulso a los tomates cherry y cóctel, además de haber realizado una clara apuesta por potenciar comercialmente los mercados alemán, británico y ruso. ¿Qué más destacaría de sus tres primeros años en la presidencia?

R.- Los resultados del Plan de Gestión Integral puesto en marcha al iniciar la legislatura. Ha permitido en la actualidad que se cultiven las variedades de tomate que realmente interesan al mercado; las grandes cadenas nos felicitan y demandan nuestros productos; hemos mejorado el modelo de comercialización entre la venta directa y subasta, lo que ayuda al precio; hemos aportado trabajo a nuestro entorno económico; hemos hecho inversiones rentables para la modernización de las instalaciones; y como consecuencia, ha mejorado la rentabilidad de las fincas de los socios.

P.- ¿Qué tal ha ido la campaña en cuanto a precios?

R.- Muy bien. El precio medio del kilo en CASI ha sido de 0,66 euros durante la campaña, frente a 0,6 en la campaña anterior y 0,5 euros en la campaña 2010-2011. Y son mejores que los de la competencia.

P.- ¿Cómo se consigue liderar no sólo la comercialización de tomate sino también vender más caro que la competencia?

R.- Con un servicio de calidad en toda la cadena, desde el cultivo del tomate hasta la comercialización, adaptándonos en todo momento a las necesidades del mercado, e innovando.

P.- CASI ha recibido felicitaciones por su profesionalidad a la hora de clasificar y enviar tomates. ¿En qué se diferencian al respecto?

R.- Fundamentalmente en la capacidad de dar respuesta a cualquier necesidad de los clientes, especialmente de las grandes cadenas, y en la garantía en el cumplimiento de los pedidos. Y, por supuesto, en la experiencia y especialización de nuestros agricultores, heredada de generación en generación, que garantiza un tomate de sabor auténtico.

P.- ¿Cómo van a solventar la creciente demanda de entrada en CASI de nuevos asociados?

R.- El camino es la concentración para poder atender las nuevas demandas de entrada de socios. No hay otra solución. Es un tema que debemos abordar en un futuro próximo.

EN FRUTAS Y HORTALIZAS

COAG y ASAJA luchan por la rebaja fiscal que ha denegado el Gobierno

■ R. V. A.

El Ministerio de Hacienda ha hecho caso omiso a la petición de los agricultores almerienses de poder contar con una rebaja fiscal para el ejercicio de 2012. La organización agraria COAG ha iniciado una serie de actuaciones para intentar que el Gobierno cambie de opinión. ASAJA, por su parte, ha pedido la constitución de la Mesa de la Fiscalidad.

Concretamente, COAG ha organizado una caravana de protesta en la que ha informado a los agricultores de la necesidad de que el Gobierno apruebe la inclusión de las frutas y hortalizas en la rebaja fiscal, dentro de la orden HAP/660/2013 de 22 de abril. Además, la organización agraria ha llevado a cabo una serie de asambleas informativas en diferentes municipios, como es el caso de El Ejido, Níjar, La Cañada o La Mojonera.

ASAJA justifica la petición de rebaja fiscal al entender que la subida de costes, con la energía eléctrica un 16,8 por ciento más cara, el gasóleo a un 18,8 por ciento más, el plástico para la agricultura un 10 por ciento más caro y la financiación de la campaña un 5, hacen más que necesario el descuento. Sobre todo si a los gastos se le suma que los ingresos están congelados y la facturación del agricultor está estancada.



■ Pintadas de COAG. /FHALMERIA



EN EL EJIDO

Rijk Zwaan potencia su Centro de Ensayos y Demostraciones mediante unas jornadas

La empresa de semillas ofreció una charla sobre el centro a los participantes y después un recorrido por sus invernaderos

■ Elena Sánchez

La casa de semillas Rijk Zwaan celebró el pasado 30 de abril unas jornadas en El Ejido, con el fin de dar un poco más a conocer su Centro de Ensayos y Demostraciones. En este sentido, los asistentes a esta actividad, todos ellos técnicos agrícolas, tuvieron la oportunidad de conocer, de la mano de Manolo Correa, responsable del Centro, las características más importantes del mismo. Así, destacó que el CED cuenta con un total de 1,5 hectáreas divididas en 5 invernaderos de 3.000 metros cada uno. Uno de ellos está destinado al control de clima de tomate; otro invernadero multitúnel con producto de tomate; dos invernaderos de raspa y amagao con pimiento largo y tardío y, por último, un invernadero tradicional donde se trabaja con benjena.

OBJETIVOS DEL CED

Durante la charla informativa, Manuel Correa explicó que el CED cuenta con una serie de objetivos principales. Éstos son: la comunicación y colaboración



■ Paco Pino, de RZ, fue quien guió la visita. /FHALMERIA

con todos los eslabones de la cadena de producción y consumo de hortalizas, con el fin de lograr productos con buena presencia, adaptados a los eslabones de la cadena, buena conservación y presentación y producción de calidad los 12 meses del año; en segundo lugar, las nuevas tecnologías; tercero, limpieza y sanidad vegetal. Control de residuos; en cuarto lugar, lograr mejores estructuras. Gestión de los factores climáticos; en quinto lugar, trazabilidad y producción saludable. Baja incidencia de enfermedades, y el uso del control biológico para lograr pro-

ductos más saludables; evolución en la tecnología aplicada a la producción; y por último, lograr un futuro sostenible, una vida saludable.

VARIETADES DE TOMATE

Tras la pequeña charla, los participantes en esta jornada tuvieron la oportunidad de ver el interior de uno de los invernaderos de tomate y donde se dio la oportunidad de degustar diversas variedades que Rijk Zwaan tiene en estos momentos en ensayo o en comercialización, entre las que se encuentran Amoro RZ, Solarino RZ, Confetto



■ Los técnicos degustaron diferentes variedades. /FHALMERIA

RZ, el número 72-157 RZ, el tomate cocktail Calioso RZ, Caldino RZ, otro número 72-162 RZ, S11.6084 RZ, y el cherry Nancy RZ. Los técnicos pudieron degustar cada uno de ellos, así como también tuvieron la oportunidad de dar su opinión acerca de los mismos a través de una encuesta.

Finalmente, el día terminó con un catering durante el cual los técnicos y asistentes en general pudieron intercambiar opiniones acerca de lo vivido a lo largo de la jornada, y sobre todo, de las nuevas variedades degustadas.

A SU FAVOR

Ekologic Seeds recibe el apoyo de la justicia en el caso de Tomachoc

■ CIA

La empresa almeriense de semillas Ekologic Seeds ha recibido el apoyo de la Audiencia Provincial de Granada en relación al caso que establecía que su tomate Tomachoc suponía una supuesta 'copia' en el origen de la variedad de otro tipo de tomate también comercializado en la provincia almeriense.

De hecho, para demostrar que Tomachoc no es la misma variedad, las autoridades oficiales de la Unión Europea han detectado diferencias de entidad entre ambas, hasta el punto de que encuentran un 88,20% de similitud, lo que se considera dentro de la gama como un grado aceptable y un rango habitual para los tomates pertenecientes al mismo grupo de variedades, como se demuestra por análisis de las especies de la empresa Savia Biotech.

Igualmente, los razonamientos aportados por la Audiencia Provincial de Granada hacen referencia a que las variedades de Ekologic Seeds llevaron a cabo un proceso de fotomejoramiento en el que no participó la variedad de la que dicen que ha habido 'copia', lo que por tanto excluye que exista derivación esencial y por tanto infracción.

GRUPO AGROTECNOLOGÍA

Participa en las Jornadas Técnicas sobre Medios de Defensa Fitosanitaria

■ CIA

Grupo Agrotecnología participó los pasados 25 y 26 de abril en las Jornadas Técnicas MDF (Medios de Defensa Fitosanitaria), organizadas por las asociaciones empresariales AFIECO, AEFA, IBMA, AEFISA y AEPLA, además del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA). El objetivo de estas jornadas era analizar y de-

batir propuestas de mejora para la Orden APA/1470/2007, que regula las condiciones y requisitos para comercializar estos medios de defensa fitosanitaria distintos a los productos fitosanitarios y fertilizantes, con el fin de adaptarla al marco legal europeo en materia de medios de control fitosanitario de los cultivos y a las necesidades del sector nacional.

Para ello, durante la jornada se realizaron una serie de po-

nencias en las que, además de abordar en profundidad la mejora de la normativa vigente, se analizaron nuevas fórmulas para fomentar una agricultura más sostenible. Todas las ponencias corrieron a cargo de importantes investigadores en el área de la agricultura sostenible tanto a nivel nacional como internacional.

La Orden APA/1470/2007, según los organizadores de las jornadas, es claramente mejorable



■ Finca con un cultivo de berenjena. /FHALMERIA

y, de hecho, debería modificarse para, por ejemplo, explicar de forma clara qué se entiende por un MDF o para establecer

unas exigencias de comercialización claras y adecuadas de estos productos, entre otras cuestiones.

EN EL CAMPO

El director general de la Policía habla con el sector de medidas para prevenir robos

Ignacio Cosidó ha cifrado en un 16 por ciento el descenso de este tipo de delitos en el campo en el conjunto de España

■ Rafa Villegas

El elevado número de robos que se está registrando en el campo en la provincia y las medidas que se pusieron en marcha en abril para atajar el problema ha llevado al director general de la Policía, Ignacio Cosidó, a visitar Almería y reunirse con los representantes del sector y el alcalde de la capital, Luis Rogelio Rodríguez Comendador.

Esta reunión se suma a la primera mantenida, el pasado 8 de abril, entre los representantes del campo y las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado. Gracias a ese encuentro, en la actualidad se está trabajando en un



■ Maquinaria agrícola incautada por la Guardia Civil. /FHALMERIA

sistema de predenuncias, así como en convenios con los ayuntamientos para localizar los puntos de venta de chatarras y ma-

teriales agrícolas de segunda mano, además de en colaborar con la seguridad privada y en controles policiales más amplios.

Por todo esto, la delegada del Gobierno en Andalucía, Carmen Crespo, ha asegurado que "Almería ya es ejemplo en el resto de Andalucía en su lucha contra los robos en el campo". Cosidó, por su parte, ha asegurado que, en lo que va de año, los delitos en el ámbito agrario en el conjunto del territorio nacional "han descendido un 16 por ciento".

El alcalde de Almería ha destacado "el especial interés que está mostrando el Gobierno por un tema que preocupa, y mucho, a nuestros agricultores" y ha recordado que la capital "es el tercer municipio agrícola de la provincia en superficie invernada, con unas 2.500 hectáreas, con alrededor de 1.400 explotaciones agrarias que emplean directamente a unas 6.000 personas, a las que hay que añadir el empleo indirecto de la industria auxiliar, cooperativas, empresas de plásticos, semilleros, etc...".

A la reunión acudieron, además de Crespo y Rodríguez Comendador, el jefe superior de la Policía de Andalucía Oriental, Francisco Arrebola, el subdelegado del Gobierno en Almería, Andrés García Lorca, el presidente de la Diputación, Gabriel Amat, el comisario jefe del Cuerpo Nacional de Policía en Almería, Custodio Hidalgo, y los representantes de las organizaciones agrarias UPA-Almería, Francisca Iglesias, de COAG-Almería, Andrés Góngora, de ASAJA-Almería, Francisco Vargas, además de Manuel Galdeano, por COEXPHAL, Francisco Góngora, presidente de HORTYFRUTA, y ECOHAL, con Alfonso Zamora.

GUARDIA CIVIL EFECTIVA

La Guardia Civil ha evitado, en un mes, el robo de una tonelada y media de sandía, 500 kilos, por un lado, y una tonelada, por otro. Además, ha entregado a los juzgados a los presuntos autores de un delito de robo con grado de tentativa. Asimismo, ha desmantelado una red de seis personas que robaban en explotaciones agrícolas de Almería, Alicante, Murcia y Granada.

KOPPERT
BIOLOGICAL SYSTEMS

Comprometidos
con el Resultado

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

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

Tu satisfacción es nuestro compromiso.



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



VANGUARDIA



Personal de Semillero Tecnobioplant desempeñando su tarea en sus modernas instalaciones. /FHALMERIA

Semillero Tecnobioplant ofrece precocidad y producción gracias a su injerto novedoso

■ Rafa Villegas

La experiencia es un grado y, en este caso, como en muchos otros, le ha venido muy bien a Semillero Tecnobioplant contar con un equipo humano con años de especialización en injertos. Y es que, gracias a la experiencia previa de su gerente, Fernando de la Torre, y su equipo, ofrecen plantas de cucurbitáceas injertadas (sandía, pepino y melón, en este caso) con una técnica muy novedosa.

De la Torre ha asegurado al respecto que con sus novedosos injertos en cucurbitáceas “está demostrado, por diferentes ensayos, que los agricultores logran más precocidad y una mayor producción”.

La empresa que dirige Fernando de la Torre organizó una Jornada de Puertas Abiertas el pasado 3 de mayo para mostrar sus modernas instalaciones y la calidad de sus plantas, algo que comprobaron ‘in situ’ decenas de agricultores de la provincia

El gerente de Semillero Tecnobioplant ha explicado cómo, con una tecnología propia, cortan la parte aérea de la planta, injertan y enraizan a la vez. En cuanto a la historia del novedoso injerto que realizan en esta empresa, de la Torre ha explicado que “hace doce años empecé a realizar un injerto similar en otra empresa, con la ayuda de un robot. Posteriormente hemos pasado a realizarlo manualmente, ganando en eficacia”.

Además, Semillero Tecnobioplant ha ido incorporando una serie de mejoras adicionales a este tipo de injertos. Lo cierto es que

a simple vista no se ve ninguna cicatriz en la planta tras el injerto. Y es que, como ha explicado de la Torre, “adosamos una planta con otra, ambas con el mismo diámetro, quedando todos los vasos de la planta unidos. Lo que se consigue, además, es una disminución importante de las enfermedades criptogámicas, provocadas por hongos, porque, como ha añadido el gerente del semillero, “la planta no genera sabia elaborada en los cortes, con lo cual se seca rápidamente”. El sistema radicular, tras el injerto, es, asimismo, totalmente nuevo, por lo que es más potente.

Semillero Tecnobioplant ha conseguido, con tan solo dos años de vida, situarse, como ha asegurado de la Torre, “a la cabeza en pepino injertado, si bien también hacemos mucho injerto de sandía y algo de melón”. El gerente de la empresa ha adelantado, además, que están “empezando a hacer ensayos porque hay un problema grave de fusarium en el campo. Posiblemente tengamos la solución con dos patrones que estamos probando y con los que esperamos acabar con el problema la próxima campaña”.

Las instalaciones de Tecnobioplant se encuentran en la carretera de Guardias Viejas, en El Ejido, y son muy modernas. Constan de invernadero multitúnel, doble plástico, ventilación cenital doble, carros de riego de última tecnología, programa de climatización total con extractores de ventilación, recirculadores de aire, calefacción de agua caliente y pantalla de sombreo.

Entre el 60 y el 70 por ciento de los clientes del semillero son de fuera de El Ejido. Su ámbito de influencia abarca toda la Costa Tropical, Bérchules, otros municipios del Poniente almeriense, como Adra, el Levante y La Cañada.

El cultivo cien por cien ecológico tiene su hueco en la empresa

Semillero Tecnobioplant es una empresa adaptada a los tiempos que corren y, por ello, cuenta con una parte dedicada a la producción para ecológico y otra para el cultivo convencional.

Desde este semillero ejidense garantizan la mayor rentabilidad al agricultor, tanto en ecológico como en convencional. En cuanto al primero de ellos, desde Tecnobioplant aseguran que éste está cada vez más extendido en la producción de hortalizas, por lo que han realizado una apuesta firme y segura por la producción de plantas que siguen este sistema, desde la siembra hasta que estén disponibles para el trasplante.

En definitiva, los productores ecológicos de la provincia cuentan con un semillero que se adapta a sus necesidades, que son muy específicas.

La plantilla la componen unos 25 trabajadores muy especializados

La plantilla de Semillero Tecnobioplant la componen actualmente alrededor de 25 personas. Así, el gerente y socio de la empresa, Fernando de la Torre, ha explicado que cuentan con un jefe financiero, un comercial para la zona del Levante, otro para la del Poniente, un transportista con camión corporativo; así como una encargada general, una

encargada de injertos, otra del manipulado dentro del propio invernadero; un encargado de riegos y tratamientos, además de un jefe de mantenimiento y, como no podía ser de otra manera, entre diez y doce personas especializadas en injertos si bien, como ha explicado de la Torre, “también realizan otras funciones”.

De la Torre ha explicado que “la mayoría del personal empleado es femenino”. Uno de los secretos del éxito que está teniendo Semillero Tecnobioplant es, sin lugar a dudas, que el gerente de la empresa, que tiene muchos años de experiencia en semilleros, en general, y en injertos, en particular, ha sabido rodearse de un muy buen equipo que, en su mayor parte, como han explicado desde la compañía, “lleva trabajando con él alrededor de 25 años”.

ENESA INFORMA



Seguro con coberturas crecientes para explotaciones hortícolas bajo cubierta en península y Baleares

A partir del 1 de junio de 2013 se inicia la contratación de este seguro

■ CIA
A partir del 1 de junio de 2013 se inicia la contratación del “seguro con coberturas crecientes para explotaciones hortícolas bajo cubierta”, en península y Baleares.

Son asegurables las distintas variedades de hortalizas, cultivadas bajo cubierta, incluidas las realizadas en hidroponía, contra los daños en cantidad y calidad. Los riesgos cubiertos son la helada, el pedrisco, el viento y los riesgos excepcionales como fauna silvestre, incendio, inundación-lluvia torrencial, lluvia persistente, nieve y virosis. También están cubiertas el resto de adversidades climáticas producidas sobre los bienes asegurados, cuando sean debidas a condiciones climáticas adversas no amparadas en los riesgos anteriormente enumerados, que afecten de forma generalizada y sus efectos puedan ser verificables y evaluables en el campo.

En ciertas zonas de cultivo de tomate se cubren además, plagas, enfermedades y la falta de cuajado. Para el cultivo de fresa en determinadas provincias y comar-

cas se cubren las podredumbres o pudriciones, deformaciones en el fruto, retraso vegetativo.

GARANTÍA A LAS INSTALACIONES

Además, existe una garantía a las instalaciones presentes en la parcela, que tendrán carácter opcional, en la que se pueden asegurar los invernaderos, microtúneles, cortavientos artificiales, cabezales de riego y red de riego localizado. Por lo tanto, en cada parcela se distinguen dos capitales asegurados diferentes, el de la producción y el de las instalaciones.

El asegurado, en el momento de contratar la póliza, debe seleccionar el módulo de aseguramiento entre los cuatro existentes siguientes, diferenciándose básicamente en que la forma de valoración de los riesgos sea a nivel de parcela o por explotación.

El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, a través de ENESA, subvenciona al asegurado con un porcentaje sobre el coste neto del seguro, que se descuenta en el mismo momento de realizar la póliza, y que es diferente según el módulo contratado.

Módulo	% de Subvención de ENESA					Subvención total
	Base	Colectiva	Características del asegurado	Renovación de contrato	Reducción de riesgo	
Módulo 1	29	5	14	3	3	54
Módulo 2	14	5	10	3	-	32
Módulo 3	9	5	10	3	-	27
Módulo P	4	5	8	3	-	20

El agricultor interesado en estos seguros puede solicitar más información a la ENTIDAD ESTATAL DE SEGUROS AGRARIOS C/ Miguel Angel 23-5ª planta 28010 MADRID con teléfono: 913475001, fax: 913085446 y correo electrónico: seguro.agrario@magrama.es y a través de la página Web www.enesa.es y sobre todo a su Tomador del Seguro o a su Mediador, ya que éstos se encuentran más próximos y le pueden aclarar cuantas dudas se le planteen antes de realizar la póliza y posteriormente asesorarle en caso de siniestro.

INTERNACIONALIZACIÓN

Anecoop Asia abre sus puertas en Shenzhen para consolidarse en este mercado

■ CIA

Fruto de su liderazgo y vocación exportadora, Anecoop celebró el pasado 11 de mayo la presentación oficial de su nueva filial en China, Anecoop Asia, que abrió sus puertas en la ciudad de Shenzhen. La apertura de esta nueva filial permitirá a la empresa “consolidar su posición en un mercado de gran valor añadido como es Hong Kong, así como desarrollarse en el mercado asiático”, según afirmaron desde la cooperativa de segundo grado a través de un comunicado. La ubicación de esta nueva filial asiática en Shenzhen no es casual; la ciudad tiene actualmente 16 millones de habitantes y ha pasado, en los últimos quince años, de ser una pequeña ciudad de pescadores a convertirse en una zona de un gran desarrollo, heredando, en gran medida, la actividad fabril que tenían los nuevos territorios de Hong Kong.

Ya durante la presentación de los resultados de la pasada campaña, la 2011/2012, el presidente de Anecoop, Juan Safont, avanzó la intención de la cooperativa de segundo grado de instalarse en China, con el objetivo de consolidar la exportación de vino a este destino. En este sentido, durante esa presentación, Safont afirmó que “las ventas de vino han creci-

do más de un 14% en la campaña pasada, sobre todo por la introducción en países emergentes, y cerca de 204.000 hectolitros de vino y una facturación de casi 20 millones de euros nos avalan”. Junto al mercado asiático, el presidente de Anecoop apuntó que Rusia, Polonia y el Lejano Oriente son los mercados en los que más ha crecido el consumo de este producto.

El Grupo Anecoop integra empresas cuya actividad comprende desde la investigación para la mejora varietal hasta la entrega del producto en el punto de venta. Consta de una estructura comercial compuesta ahora, con la incorporación de la filial china, de ocho empresas internacionales y cuatro delegaciones en el territorio español. Su red comercial está situada en puntos estratégicos del mercado internacional de frutas y hortalizas en fresco, como son España, Francia, Reino Unido, Holanda, República Checa, Polonia, Rusia y China. Grupo Anecoop tiene la mayor red de producción en España y está presente en once provincias. Asimismo, posee empresas de servicios de logística y transporte que facilitan la distribución en Europa, dos campos de experimentación y desarrollo y una empresa de elaboración de zumos naturales y conservas de frutas y hortalizas.

LA PRIMERA EXPORTADORA ANDALUZA

La exportación de almendra de la provincia crece un 19% entre enero y marzo

■ I. F. G.

Almería exportó 931.000 kilos de almendras entre enero y marzo pasados, un 19% más que en el mismo período de 2012. Estas ventas alcanzaron, asimismo, un valor de 4,84 millones de euros, un 50,4% más, debido a las mejores cotizaciones para este fruto seco.

Entre los compradores de la almendra almeriense destaca

Alemania que, en el primer trimestre de este año, se hizo con el 52,1% del total exportado, adquiriendo almendra por valor de 2,5 millones de euros. Tras el país germano se situaron, por este orden, Italia, con una cuota del 38%, y Francia, con el 6%. El resto se comercializó, según los datos de la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, en Reino Unido y Austria.

GRAN ÉXITO ENTRE LOS PRODUCTORES



■ Gustavo Marcos, de Sipcam Iberia, entrega a Francisco Hernández las llaves de su nuevo coche. /FHALMERIA

Blackjak reúne a 150 agricultores en la despedida de su campaña promocional en la provincia

Sipcam Iberia, fabricante de este producto, entregó un coche al ganador del sorteo y aprovechó para presentar su concepto ‘Cultivo Zero’

■ CIA

Sipcam Iberia, fabricante de Blackjak, un bioestimulante de última generación, reunió en Las Norias (El Ejido), a unos 150 agricultores en un acto que tenía como objetivo poner punto y final a la exitosa campaña de promoción de este producto que lanzó al mercado en 2012. Durante el encuentro con los productores, la empresa hizo entrega, además, a Francisco Hernández, ganador del sorteo de Blackjak, de su premio: un Kia Sportage. Hernández reconoció que ésta ha sido la primera campaña en la que ha utilizado Blackjak, sin embargo, “voy a seguir usándolo”, ya que “a mí me ha encantado”. Este agricultor especializado en el cultivo de tomate señaló que Blackjak le ha permitido a su cultivo volver a echar raíces después de estar dañadas por un problema de suelo, algo muy habitual en su zona de producción. Asimismo, indicó que, aunque ha utilizado productos similares, “nunca he visto ninguno con la eficacia de Blackjak”. Por todo ello, “se lo estoy recomendando a todos mis vecinos”.

Por su parte, Laurent Boavida, responsable de Comunicación e Imagen de Sipcam Iberia, valoró

los resultados de la campaña, que calificó de “excelentes”, sobre todo si se tiene en cuenta que, gracias a ella, “hemos más que triplicado las previsiones de ventas en la zona”. Junto al sorteo, la campaña incluía vales de descuento con regalos promocionales, la creación del Blackcar, que recorrió todas las zonas agrícolas almerienses, o la publicidad tanto en vallas como en prensa, entre otras iniciativas. Boavida afirmó que, pese a la actual situación económica, “Sipcam Iberia ha apostado por el agricultor almeriense”, que “ha participado de forma masiva en el sorteo”. Asimismo, adelantó la intención de la empresa de realizar nuevas acciones promocionales en la provincia.

Junto Boavida, Gustavo Marcos, Product Manager Responsable de Blackjak, valoró el grado de aceptación que ha tenido Blackjak entre los agricultores y detalló que fueron 1.485 los productores que participaron en el sorteo. Para Marcos, Blackjak “ha tenido muy buena acogida en la zona debido a sus características diferenciales: baja dosis, buena solubilidad, óptima capacidad de mezcla y gran efecto bioestimulante”. Todo ello lo convierte en “un producto único en el mercado” que “obtiene buenos resultados”.

‘CULTIVO ZERO’

Sipcam Iberia aprovechó la oportunidad para presentar un nuevo concepto que darán a conocer en profundidad a partir del próximo

mes de octubre, cuando comienza la nueva campaña: ‘Cultivo Zero’. Conscientes de cuáles son las exigencias de los mercados y de los clientes, Sipcam Iberia promueve su ‘Cultivo Zero’, un concepto que, según explicó Celestino Gil, Crop Manager de Cultivos Hortícolas de la firma, “se basa, sobre todo, en cinco pilares fundamentales”.

En primer lugar, el residuo cero, con el uso de una serie de productos cuyas materias activas se degradan rápidamente, lo que se traduce en la ausencia de residuos en los cultivos. En segundo lugar, esos mismos productos son totalmente compatibles con el uso de fauna auxiliar para combatir las plagas. Asimismo, en tercer lugar, este concepto hace referencia a productos que son seguros para el aplicador y que no entrañan ningún riesgo para su salud. Y, además, en cuarto lugar, aportan alternativas en la estrategia antirresistencia del agricultor. Por último, ‘Cultivo Zero’ implica “cero imitaciones”, ya que, actualmente, “son productos que no tienen competencia, puesto que son de última generación. Un buen ejemplo de ello es Blackjak”.

Con su ‘Cultivo Zero’, desde Sipcam Iberia dan una vuelta de tuerca más al tan extendido concepto de ‘residuo cero’, ya que, normalmente, “muchas empresas vinculan, directamente, el residuo cero con el producto, mientras que nosotros lo vinculamos al cultivo”.

EN COLABORACIÓN CON LA EMPRESA CHILENA VITICULTURA & FRUTICULTURA ASOCIADOS

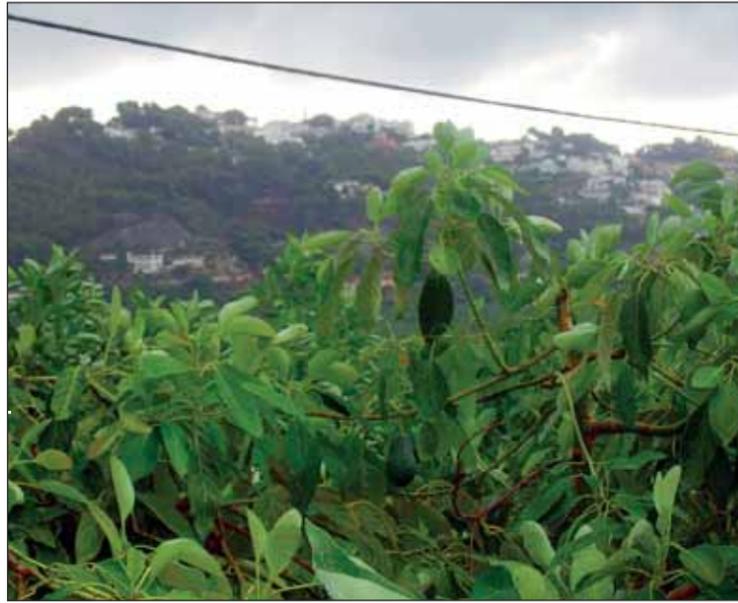
Mip Agro y Grupo Agrotecnología evalúan la eficacia de sus productos en frutales

El objetivo es obtener los resultados de mano de expertos chilenos que conocen las preocupaciones de los empresarios locales

■ CIA

Mip-Agro y Grupo Agrotecnología están evaluando con la empresa Viticultura & Fruticultura Asociados varios de sus productos en árboles frutales. Se trata de conocer los resultados de mano de expertos locales que puedan incidir en aquellos aspectos que más preocupan a los empresarios productores. Esta iniciativa se enmarca dentro de los esfuerzos en I+D que está realizando la empresa española en Chile.

Viticultura & Fruticultura Asociados es una empresa orientada a asesorar, innovar, investigar y desarrollar conocimientos y tecnologías aplicadas en el área de



■ Brotone es uno de los productos que se está probando en aguacate. /FHALMERIA

la fruticultura y viticultura, especialmente en uva de mesa, frutas de hueso, almendras y nogales. El objetivo final es obtener un producto de óptima calidad que involucre técnica y tecnología punta para lograr un resultado eco-

nómico sustentable para sus asesores.

Esta colaboración, que se lleva a cabo desde 2011, se enmarca dentro del proceso de expansión que Grupo Agrotecnología está llevando a cabo en Chile, Méxi-

co, Perú, Ecuador y otros países del entorno.

Los productos que en este acuerdo de colaboración se están evaluando son: Lecitec en uva de mesa, cerezas, manzanas y granados; Brotone en frutas de hueso, aguacate y uva de mesa; Ospobot en uva de mesa; y Politec en cerezas.

A la hora de evaluar la aceptación de estos productos, Amancay Langer, ingeniero agrónomo de la firma, matiza que “siempre la respuesta es relativa, debido a que los productos deben solucionar un problema y, además, tener ventajas comparativas, es decir, ya sea en relación a los resultados obtenidos por efecto de su aplicación o al precio de venta. Se les deben crear nichos específicos y nunca olvidar que los productos no solucionan problemas de mala ubicación geográfica ni tampoco superan manejos técnicos mal realizados”.

En lo referente al futuro de estas aplicaciones, la técnico ha añadido que, “en relación al origen de los productos, la agricultura orgánica en Chile involucra una superficie pequeña y la tendencia no será, por lo pronto, al crecimiento explosivo. Sin embargo, en la agricultura tradicional, necesitamos alternativas de aplicación de productos inocuos que nos solucionen problemas y que no agreguen residuos al fruto terminado, facilitándonos de esta manera la exportación de nuestra fruta a los distintos mercados”.

Chile es un país frutícola y lo seguirá siendo, con un producto destinado a ser exportado. Por ello, Amancay Langer mantiene que “nos vemos en la obligación de generar, incorporar y adaptar tecnologías de todo tipo (maquinaria, riego, herramientas técnicas, software, productos químicos, manejos técnicos, nuevas variedades y portainjertos, etc.), conducentes a una mayor eficiencia, con el objeto de reducir los costos de producción y, por otra parte, lograr productos terminados de primera calidad, que tengan la oportunidad de entrar en los mercados más exigentes, pudiendo optar a precios de venta mayores”.

lecitec

¡Protege contra el rajado!

- Impide el rajado de los frutos.
- Protege contra el golpe de sol.
- Aporta consistencia, brillo y color a los frutos.
- Prolonga la vida útil de los frutos en postcosecha.
- Dificulta el desarrollo de enfermedades (lepra, cribado, monilia).
- Potencia la elasticidad de la pared celular.
- Apto para agricultura integrada y ecológica.

residuo

grupo agrotecnología®

www.agrotecnologia.net

ENTREVISTA

JOSÉ MANUEL RUIZ REQUENA ■■■ INGENIERO TÉCNICO AGRÍCOLA E INGENIERO AGRÓNOMO

“El proyecto de la quesería lo elegí porque desde pequeño he hecho queso de cabra con mi abuela”

El Colegio Oficial de Ingenieros Agrónomos de Andalucía le ha premiado por proyectar una quesería industrial en El Ejido

■ Rafa Villegas

José Manuel Requena es un ingeniero técnico agrícola e ingeniero agrónomo que consiguió un reconocimiento en 2008 por haber entregado el mejor proyecto de final de carrera para el Colegio Oficial de Ingenieros Técnicos Agrícolas de Almería. Cinco años después, ha logrado el XVIII Premio Proyecto Fin de Carrera, que le ha otorgado, por unanimidad, el Colegio Oficial de Ingenieros Agrónomos de Andalucía.

Pregunta.- ¿De qué trataba el primer proyecto?

Respuesta.- Se titula ‘Diseño y construcción de una planta de envasado y etiquetado de aceite de oliva en El Ejido (Almería)’. El tema me lo propuso mi director, al principio no lo vi muy claro pero después me gustó y seguimos para adelante. Se trataba de considerar el aceite como una materia prima más, realizando el proceso de transformación y envasado del mismo. Se pensó para que las grandes superficies pudiesen, con cualquier cliente



■ José Manuel Requena posando con el XVIII Premio al Proyecto de Fin de Carrera que ha conseguido. /FHALMERIA

con una propuesta lógica de negocio, envasar su marca de aceite. En principio se pensó en una calidad inferior para entrar en el mercado y poco a poco ir aumentando calidad y precio.

P.- ¿Sería viable actualmente?

R.- En 2008 las condiciones económicas eran totalmente distintas a las de ahora, pero en principio sí es viable.

P.- ¿De qué trata el proyecto que le ha premiado el Colegio

Oficial de Ingenieros Agrónomos de Andalucía?, ¿por qué lo eligió?

R.- Se titula ‘Centro de elaboración de queso de cabra situado en el Polígono Industrial La Redonda, en El Ejido’. Durante la carrera había hecho trabajos de caracterización del sector ganadero almeriense y manejé, para ello, datos de la Consejería de Agricultura, por lo que contaba con información. Tenía diferen-

tes alternativas. Aposté más por ello porque desde pequeño he visto a mi abuela hacer queso de cabra y la ayudo. Vi que había posibilidades, tenía viabilidad. Luego, a la hora de elegir diferentes ubicaciones en Almería para la quesería, hice una valoración de diferentes aspectos y me decanté por El Ejido y no por Los Vélez, donde hay mayor concentración de ganado, porque el primero tiene la industria

agraria muy desarrollada y con ella se ha creado una importante industria auxiliar (transporte, envases y embalajes...) que se puede aprovechar.

P.- ¿Cómo diseñó la quesería?

R.- Para el diseño utilicé dos métodos. Por un lado, para la distribución en planta elegí el Systematic Layout Planning (SLP), que te localiza qué áreas pueden estar próximas a otras y cuáles no, en base a la funcionalidad del centro y su actividad. Y para el dimensionado, para la optimización de los costes, empleé el método Guerchet, que analiza qué espacio necesitas en función de qué uso. Todo ello en base a la capacidad productiva del centro, a la recepción y a la capacidad de las cámaras para hacer el proceso de curado del queso.

P.- ¿Visitó alguna quesería industrial para guiarse un poco?

R.- Sí, fue lo más difícil. Contacté con queserías de Lorca, me dijeron que tenía que aprobar la visita el Consejo de Administración, llamé varias veces pero no se habían reunido todavía y no se sabía cuándo lo iban a hacer. Había mucho secretismo. Al final lo conseguí, certificando que estaba haciendo el proyecto, en Malagón, en la quesería Quesos Rocinante. No me dejaron fotografiar pero me sirvió para orientar el proyecto.

ACTUACIÓN DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

El bombeo adicional baja 1,60 metros la lámina de agua de la Balsa del Sapo

■ R. V. A.

Solucionados los problemas de paso por las vías que cruzan la rambla del Cañuelo, con gran cantidad de agua desde que la Junta puso en marcha el bombeo adicional en la Balsa del Sapo, y en espera de la solución definitiva, lo cierto es que las últimas noticias del humedal de Las Norias son positivas. Y es que, la lámina de agua del mismo se ha reducido más de 1,60 metros

en los tres meses de funcionamiento del segundo sistema de impulsión que ha puesto en marcha la Junta de Andalucía.

Al bombeo adicional se le han aliado el calor y el viento, que han favorecido una mayor evaporación y, por lo tanto, una reducción superior del volumen de agua acumulada en las balsas.

En la actualidad, según ha confirmado la propia Junta de Andalucía, “se están achicando unos 680 litros de agua por segundo”.

Esta cantidad es el caudal estimado por el Instituto Geológico y Minero de España para reducir el nivel de agua de la balsa a la cota de seguridad, con lo que en sólo tres meses, según la Junta, “se ha conseguido revertir la situación creada tras las lluvias excepcionales registradas en el invierno de los años 2009 y 2010, que elevaron de forma notable el nivel de las balsas y pusieron de relieve la insuficiencia del bombeo existente entonces”.



■ La marca que dejó el agua confirma la disminución del nivel. /FHALMERIA

JORNADAS INTERNACIONALES DE AGRICULTURA

Almería se convierte por unos días en la capital agrícola de Europa

La Universidad de Almería ha acogido unas jornadas, enmarcadas en los actos previstos por la institución para celebrar su veinte aniversario, y que han reunido a más de 300 profesionales relacionados con el mundo del sector agroalimentario

■ Elena Sánchez

La Universidad de Almería acogió el pasado jueves, 16 de mayo, las Jornadas Internacionales de Agricultura, que reunieron a más de 300 personas relacionadas con el sector, entre las que se encontraban los directores y gerentes de más de medio centenar de empresas punteras del tejido agroalimentario, así como representantes de centros e institutos de investigación, universidades, organizaciones agrarias, ayuntamientos, Diputación provincial o la Junta de Andalucía. Durante la inauguración de estas jornadas, el consejero de Agricultura, Luis Planas, hizo un balance de los datos del avance de la campaña hortícola de Almería 2012/2013, en el que ha destacado el incremento, hasta el 30 de abril, del 16% del valor de la producción hortícola almeriense respecto a la pasada campaña. Además, también se ha registrado un aumento de más del 14% de los precios medios en comparación con el ejercicio anterior.

Igualmente, el consejero, durante su intervención, apuntó que los temas más importantes en estos momentos para destacar en el sector están relacionados con la eficiencia en el uso de los fertilizantes, aprovechar al máximo las nuevas tecnologías para ahorrar y optimizar el uso del agua, la energía

y los nutrientes, así como seguir innovando y buscar nuevos formatos más cómodos para el consumidor, como la IV y V gama.

PONENCIAS

Entre las ponencias que se desarrollaron, el pasado de la agricultura almeriense tuvo cierto protagonismo. De hecho, Roberto García Torrente, responsable del Área de Negocio Agroalimentario y Cooperativo de Cajamar, ha destacado que las innovaciones que se hicieron anteriormente, así como el trabajo realizado han permitido que, en pocas décadas, “esta provincia se haya situado la quinta productora mundial de tomate, la tercera productora mundial de pepino y pimientos y la primera en calabacín y berenjena. Aún así, creo que debemos seguir cambiando de mentalidad o no saldremos nunca de la crisis”. Para acabar con ese bloqueo, Torrente cree que deben solucionarse aspectos como “el enfoque de la concentración de la oferta, la obsesión por el producto, la formación comercial o el hecho de esperar que la Administración lo arregle todo”. El sector “tiene futuro, pero deben de cambiar todas estas cosas”. Igualmente, explicó que habría que mejorar en innovación, en sostenibilidad y en la profesionalización del sector, empezando por el agricultor, que “debería considerarse a sí mismo



■ Momento de la inauguración de las jornadas en la UAL. /FHALMERIA

un empresario, no ya solo un agricultor”.

Las sesiones contaron con un apoyo fuerte de la Comisión Europea, ya que su presencia “muestra la importancia que zonas de producción de alta eficiencia como Almería deben tener en la planificación de futuras políticas relacionadas tanto con el ámbito agroalimentario como con la investigación, desarrollo e innovación en este área”, aseguró Pedro Molina, rector de la UAL. En este sentido, Francisco Fonseca, director de la Oficina de Representación de la Comisión Europea en España, indicó que la sociedad española ha hecho “un cambio enorme” en los últimos 25 años, pero “seguimos

siendo un país demasiado anclado en el territorio”. Para Fonseca, la crisis está demostrando que hay que competir mejor y solucionar los problemas que se dan. Para ello, cree que “hace falta mejorar el sector desde el punto de vista de la producción, de la sostenibilidad de la explotación y de su integración en el tejido social”. De hecho, en relación a la negociación de la futura PAC, Francisco Fonseca explicó que “desde la Comisión Europea se busca el interés general, cuadrar el círculo con factores que son muy complicados. España tiene una de las agriculturas más diversas de Europa y la variedad de sectores es tal que no se pueden sacar las mayores ventajas en todos,

sino encontrar un sistema en el que limemos los principales problemas, pero en el que hay que negociar”.

Por otro lado, tras las ponencias se llevó a cabo la mesa redonda ‘Retos futuros del sector agroalimentario y cooperativista español. El cambio hacia la consolidación de un sector estratégico. Presente y futuro’, moderada por Miguel Rodríguez de la Rubia, director de Negocio Agro y Cooperativo de Cajamar Caja Rural. El turno de intervenciones lo abrió el presidente de FAECA, Jerónimo Molina, quien señaló que el cooperativismo es positivo por la “participación y la sostenibilidad”, dos factores que pueden hacer que sea “referencia de futuro”. Molina criticó el hecho de que “no exista correspondencia entre el papel real que tiene el sector agroalimentario, con su peso en el PIB de los países, cada vez menor”.

Por su parte, Francisco Góngora, presidente de HORTYFRUTA, abogaba por la concentración como fórmula para competir en un escenario en el que los gigantes europeos del sector concentran más del 50% de la compra de los productos hortofrutícolas. Góngora dijo que “no se concibe que en Almería no haya una industrialización paralela para productos de cuarta y quinta gama, como ya hay desde hace décadas en otras zonas productoras”.

Mientras, el catedrático de la UAL y director de la Cátedra Cajamar, Francisco Camacho, habló sobre las tendencias de futuro de la producción, las cuales se dirigen hacia un cambio en los fertilizantes de las plantas, pasando de productos más minerales a otros que sean más orgánicos, la biofumigación, la diversificación de la oferta o la mejora en la huella de carbono.

Nijar
cultiva confianza

www.nijar.es

Ayuntamiento de Nijar
Concejalía de Agricultura y Medio Ambiente

Legislación

EN BREVE

La Junta oferta 177 asentamientos apícolas en montes públicos en la provincia de Almería

■ CIA

La Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente ha ofertado 177 asentamientos apícolas en Almería para el período 2014-2018, de un total de 1.205 en toda Andalucía. La normativa vigente garantiza que el número de colmenas que se adjudique a un apicultor no sea superior al incluido en el Registro de Explotaciones Apícolas de Andalucía. Asimismo, la ocupación del asentamiento es personal e intransferible, con un plazo máximo de adjudicación por cinco años.

La CE prohibirá parcialmente los pesticidas perjudiciales para las abejas desde diciembre

■ CIA

La Comisión Europea (CE) anunció que proseguiría con su plan de prohibir el uso de tres pesticidas neonicotinoides que contribuyen al declive de las colonias de abejas ante la falta de acuerdo entre los Estados miembros. La CE precisó que las restricciones se aplicarán a partir del próximo 1 de diciembre y que, tan pronto como hubiera información disponible, a más tardar en dos años, se deberán revisar las condiciones de aprobación de esas tres sustancias.



Economía destina más de 12 millones de euros a la internacionalización de empresas andaluzas

■ CIA

Las empresas que así lo deseen tienen hasta el próximo mes de julio para solicitar las ayudas a la internacionalización puestas en marcha por la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo y que cuentan con un presupuesto de más de 12 millones de euros. Las empresas tienen dos meses para solicitar seis de las siete líneas abiertas y hasta el próximo 31 de diciembre para la séptima, 'Programa de apoyo a la consolidación internacional de la empresa andaluza'.

MAYOR LIQUIDEZ PARA EL SECTOR

El ICO destina 200 millones de euros a la financiación de pymes agroalimentarias

Este organismo público ha puesto en marcha por segundo año su línea ICO-Garantía SGR, que ahora cuenta con el aval de SAECA

■ Isabel Fernández

El Instituto de Crédito Oficial (ICO) ha puesto en marcha por segundo año su línea de financiación ICO-Garantía SGR, dotada con 200 millones de euros e incluida en la línea general de crédito a empresas y emprendedores. Sin embargo, en esta ocasión, esta línea incluye una notable diferencia, como es el apoyo de la Sociedad Anónima Estatal de Caución Agraria (SAECA) como avalista. Esto ha sido posible gracias al acuerdo firmado por el ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Miguel Arias Cañete, el presidente del ICO, Román Escolano, y el presidente de SAECA, José Ramón Bujanda Sáenz, y que persigue impulsar la financiación de las pequeñas y medianas empresas de los sectores agrícola, ganadero, pesquero y forestal, así como de las industrias relacionadas con cada uno de ellos.



■ Firma del acuerdo entre los representantes del ICO, el Ministerio de Agricultura y SAECA. /MAGRAMA

El ministro Arias Cañete se mostró convencido de que estos créditos "contribuirán a generar riqueza y empleo, siempre necesarios, y más que nunca en este particular momento de la vida española". Gracias a este acuerdo, según Arias Cañete, "ponemos en conexión dos instrumentos financieros públicos, especialmente útiles, para prestar apoyo a lo que constituye el núcleo del sistema agroalimentario, pesquero y forestal español: las pequeñas y me-

dianas empresas, tanto de producción como industriales". Fruto de este acuerdo, el ICO admite a SAECA como avalista de créditos a las pequeñas y medianas empresas de los citados sectores, dentro de su línea ICO-Garantía SGR y que está destinada a conceder créditos a autónomos y empresas españolas que cuenten con el aval de una Sociedad de Garantía Recíproca.

El ministro de Agricultura aprovechó, además, la oportunidad para

valorar la contribución del ICO al sector agroalimentario. Sólo en 2012, el ICO concedió más de 18.700 créditos por importe de 1.600 millones de euros, en forma de circulante y créditos a la inversión. Esta cuantía supuso un 13% y un 17%, respectivamente, de las correspondientes líneas ICO para ambas finalidades, lo que, según Arias Cañete, "da una idea de la importancia que tiene este organismo para la financiación del sector agroalimentario".

HASTA 2015

Publicado el nuevo convenio para los 40.000 empleados agrícolas de Almería

■ I. F. G.

El pasado 24 de abril, el Boletín Oficial de la Provincia (BOP) publicaba el nuevo Convenio del Campo para Almería, que estará en vigor hasta 2015. Según explicaron desde la Federación Agroalimentaria de CC. OO., si bien es cierto que la subida salarial contemplada en el nuevo convenio para 2013, 2014 y 2015 no es especialmente alta, éste ha sido el 'precio a pagar' para poder mantener el empleo en el sector. De este modo, el nuevo texto prevé una subida del 0,6% para este año, del 0,7% para 2014 y del 0,8% para 2015.

Según indicaron desde el sindicato, ahora se abre el período para dar a conocer el acuerdo entre los 40.000 trabajadores que se verán afectados, así como para velar por su cumplimiento. En este sentido, afirmaron que son muchas las empresas que abaratan costes y ejercen una competencia desleal sobre otras empresas que, al final, acaban reduciendo los sueldos de sus empleados por debajo, incluso, de las cifras fijadas en el convenio.

Medio ambiente

HIGIENE RURAL

Comercializadoras y ganaderos conocen el proyecto de ensilado de El Ejido

Tanto unas como otros son parte interesada en una iniciativa que podría poner fin al problema de la gestión de residuos agrarios

■ Isabel Fernández

El Ayuntamiento de El Ejido sigue dando a conocer entre el sector su proyecto de ensilado, una iniciativa pionera enmarcada en el modelo de gestión CAMPHO (Centrales Agrarias para el Manipulado de Productos Hortofrutícolas) y que persigue obtener alimento para ganado a partir de los restos vegetales que se generan en las centrales de manipulado hortofrutícola



■ Góngora y Gómez Galera presentan el proyecto en Acrena. /FHALMERÍA

del municipio. Precisamente porque ganaderos y comercializadoras son parte interesada en este

proyecto, el alcalde ejidense, Francisco Góngora, y su concejal de Agricultura, Ganadería y Medio

Ambiente, Manuel Gómez Galera, están manteniendo una serie de reuniones con unos y con otros para dar a conocer esta iniciativa surgida de la Comisión Técnica para el Tratamiento de los Restos Vegetales (COMITRA).

En este sentido, a finales del pasado mes de abril, el regidor y el edil ejidenses mantuvieron sendas reuniones con las comercializadoras Murgiverde y Acrena, ambas en el municipio. En estos encuentros, Francisco Góngora explicó que “el modelo colectivo de gestión CAMPHO podría significar el principio para poner solución definitiva al problema del tratamiento de los restos que genera la agricultura y, a su vez,

para obtener el alimento para el ganado mediante la aplicación de la técnica del ensilaje, tratando los destríos de los frutos que se generan en los centros de manipulado”. Según afirmó Góngora, “se trata de un método altamente contrastado para la obtención de alimentos de óptimo valor nutritivo y de muy buena aceptación en el sector ganadero”.

Estas mismas ideas fueron llevadas, más tarde, al IV Foro Nacional de Caprino, que tuvo lugar en El Toyo los días 2 y 3 de mayo. Allí, el edil de Agricultura ejidense expuso el proyecto a los participantes, explicando que se trata de una iniciativa que supone una firme apuesta por la sostenibilidad y la imagen del campo para que, en lugar de seguir generando residuos, se pueda completar la cadena alimentaria. Según Gómez Galera, esta propuesta se ha mostrado como “la opción más viable” para darle salida a los restos procedentes de la agricultura.

AGROIRIS

Desde 1994

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

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

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

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

Agenda

EVENTOS

FERIA. El sector ecológico reúne a sus profesionales en la décima edición de Bioterra, en Irún

■ CIA

Del 7 al 9 de junio se celebra, en Irún, la 10ª edición de Bioterra, la feria sobre productos ecológicos, bioconstrucción, energías renovables, consumo responsable, salud y bienestar. En esta ocasión exponen personas y empresas con propuestas con certificación ecológica de alimentación proveniente de la agricultura ecológica, productos y auxiliares para la agricultura ecológica, cosmética ecológica y textil ecológico.

ENCUENTRO. A finales de agosto llega Ferma, el salón multisectorial de las empresas del Alto Aragón

■ CIA

Del 30 de agosto al 1 de septiembre próximos se celebra una nueva edición de la feria Ferma, 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 más antiguos de Barbastro.



FORO. En julio llega FERCAM, la Feria Regional del Campo y de Muestras de Castilla-La Mancha

■ CIA

La Feria Regional del Campo de Castilla-La Mancha FERCAM se celebra del 3 al 7 de julio, en Manzanares (Ciudad Real), en un recinto ferial al aire libre. Este año celebra su cincuenta y tres aniversario y continúa con el interés de seguir avanzando, para ofrecer a los profesionales las últimas novedades, ante los miles de visitantes que vienen a presenciarla. El evento va dirigido a los sectores de maquinaria agrícola, obra pública, riegos, ganadería, automoción y agroalimentario.

EN BURDEOS

Un gran número de empresas españolas asistirá a VINEXPO

■ CIA

ICEX España Exportación e Inversiones organizará la participación española con Pabellón Oficial en la feria VINEXPO Burdeos, que tendrá lugar en el Parc des Expositions de Bordeaux Lac, Francia, del 16 al 20 de junio. VINEXPO Burdeos se mantiene como la primera feria mundial de carácter internacional del sector del vino y otras bebidas alcohólicas. Se trata de una feria con un elevado componente de imagen, idónea para las empresas con buena distribución internacional y con productos competitivos por su calidad.

Tradicionalmente, en VINEXPO existen listas de espera debido al espacio limitado con que cuenta. En caso necesario y en función del número de empresas inscritas y de la superficie asignada por la organización, el Instituto Español de Comercio Exterior realizará la selección teniendo en cuenta el orden de inscripción (pago de la cuota incluido) y la representatividad del mayor número de zonas vinícolas.

EN GALICIA

Semana Verde 2013 intensificará sus propuestas comerciales para garantizar un contacto rentable con el público

En esta ocasión, la feria se presenta como la mejor fórmula para incrementar las ventas de todo tipo de empresas agroalimentarias

■ CIA

Del 13 al 16 de junio se celebra en Silleda la 36 edición de la Semana Verde de Galicia. En esta ocasión, la feria se presenta como la mejor fórmula para incrementar las ventas de todo tipo de empresas centradas en productos y servicios dirigidos al consumidor final. Además, desde la organización han dado a conocer que se ha apostado por fortalecer su área expositiva, ampliando la presencia de los sectores ya consolidados y añadiendo otros que aporten nuevo contenido.

PROGRAMA

Su completo programa de actividades, con más de 80 en la pasada convocatoria, incorporará originales propuestas que provocarán el interés de todo tipo de público.



■ La maquinaria agrícola estará presente en la Semana Verde de Galicia. /FHALMERIA

La Semana Verde 2013 se convertirá así en un inmenso espacio comercial y de ocio con gran atractivo para decenas de miles de personas que entrarán en contacto directo con los expositores. En la pasada edición fueron más de 110.000 los participantes.

Y es que esta feria gallega se ha convertido a lo largo de 35 ediciones en un espacio con gran efectividad para el intercambio entre empresas y consumidores, marco de innumerables operaciones comerciales que han llegado a buen puerto, consecuencia de sus notables cifras.

FERIA

Tech+Agrifood llega a Marsella para tratar de tecnología e innovación

■ CIA

La feria de maquinaria y tecnología e innovación destinada a frutas y verduras, del vino, de la oliva, de los cereales, Tech+Agrifood, tendrá lugar del 3 y 4 de junio, en Marsella. Los objetivos marcados en esta ocasión son hacer negocios y contactar con potenciales clientes y/o socios de la región mediterránea, llegar a acuerdos de colaboración, de know how y/o transferencia tecnológica, y analizar las oportunidades y futuras tendencias del mercado. Se prevé una participación de más de 150 empresas y durante los dos días se realizarán conferencias sobre las nuevas e innovadoras técnicas de agricultura, procesos alimenticios, residuos orgánicos etc. Entre los beneficios de participar en este evento destacan una agenda personalizada de reuniones, de acuerdo con el perfil de la empresa y dos días de talleres con expertos del sector nacional e internacional que discutirán sobre el futuro y tendencias del mercado.

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.





¡SE SALEN!

Ramyle RZ Hibrido F1®

Rusticidad y calidad de piel

Rayosol RZ Hibrido F1® ^{new}

Calidad extrema en ramo

Aportan Calibre



Montemayor RZ Hibrido F1® ^{new}

Producción y precocidad

Monterojó RZ Hibrido F1® ^{new}

Calidad en ramo