

## COMERCIALIZACIÓN

SALVADOR MARTÍN - JOSÉ LUQUE - ANTONIO FERNÁNDEZ:

# “No es un proyecto, es una realidad”

# 200 millones de kilos

MAYBA  
AGROIRIS  
Ejido Luz S.C.A.

La iniciativa que dirige Juan Antonio Díaz Planelles goza del respaldo de socios, trabajadores y Junta de Andalucía para convertirse en ejemplo de concentración Pág. 3

## ESPECIAL PIMIENTO

Páginas 11 a 22

### ANUARIO AGRICOLA 2008

15 €

HORTICULTURA INTENSIVA DE ALMERIA  
fh almería

Reservalo:  
950 57 13 46

### CAMBIO IMPORTANTE



Soler, tras el relevo en la presidencia de la Junta, se va a Innovación P. 6

### VI Meeting Bouquet de Anecoop

P. 23

### TRANSPORTE

Almería envía sus primeras hortalizas en barco P. 33

### CONSUMO

La oferta de tomate será más estándar en los supermercados P. 39

www.solisplant.com

## SOLISPLANT

PLANTAS ORNAMENTALES

### Creciendo con Fuerza

GROWING WITH STRENGTH | CRESCENDO COM FORÇA

C/ Gioconda, 8 - 04700 EL EJIDO (ALMERIA) SPAIN - Tfno/Fax. +34 950 483609

Porque tu salud es lo que importa

## POLICLÍNICA del PONIENTE

EL EJIDO: C/ Conde de Barcelona, s/n - Tel. 950 485 849  
EL PARADOR: C/ Benito Pérez Galdós, 16 - Tel. 950 345 710  
www.policlinicaponiente.com

# Opinión

## OPINIÓN

### ¿Griñanazo a la concentración de la oferta? Espero que no

No me ha gustado la marcha de Martín Soler de la Consejería de Agricultura. Es cierto que su posición en Innovación también despertó ilusión entre los miles de almerienses que le conocemos. Dicen que ha sido para que se ubique mejor junto al presidente Griñán. No lo tengo tan claro, lo que sí confieso es que su actitud como responsable de Agricultura del Gobierno andaluz ha sido muy positiva y ha dado muestras más que de sobra para demostrar que sabía perfectamente lo que tenía entre manos. Clara Aguilera tiene el listón demasiado alto, pero a poco que continúe la labor de su antecesor en la misma línea tiene más que asegurado el éxito.

La economía de Almería tiene una salida muy clara: su sector agrícola y éste a su vez adolece de una mayor unión, Martín puso el acento en la concentración, ha conse-

guido estimular a las empresas para que emprendan este camino y algunas han sido valientes y están asumiendo el riesgo de iniciar esta andadura. Deseo que la nueva consejera continúe este camino que es el que todos creemos el más adecuado.

He de reconocer que Martín Soler me ha sorprendido, quizás por ello tenga el resquemor de su marcha. Tampoco quiero poner las cosas más difíciles a la nueva responsable, confieso que no la conozco como para poder juzgarla, además aún no ha iniciado su labor.

El consejero almeriense ha sido capaz de quitar protagonismo a otros personajes del sector que tras 30 años desorientados han sido incapaces de llevar a buen puerto iniciativas positivas en beneficio de

■ José Antonio Gutiérrez

todo el sector, especialmente el comercializador. Qué le vamos a hacer, cada provincia y cada sector tiene su particularidad.



Por otra parte, las pautas marcadas por Martín las considero fundamentales y acertadas. Espero que desde su nuevo destino pueda ayudar a Clara Aguilera a conseguir, junto con las empresas, el ansiado objetivo de concentrar el mercado para dejar de estar en manos de la distribución y sus reiterados abusos. Soler, desde Innovación puede hacer una labor de apoyo muy importante y desde la cercanía al propio presidente puede poner el acento en la política andaluza teniendo muy presente el aporte de Almería al conjunto de la economía regional.

Desde estas líneas, mis más sinceras felicitaciones a Martín Soler y a todo su equipo y espero que Clara Aguilera despierte tanta ilusión como lo hizo 'nuestro consejero'. Por último, a las empresas que dieron el primer paso para la concentración de la oferta, ánimo y suerte. Es una tarea importante, decisiva, conveniente y necesaria. Todos creemos que este es el camino, lo mismo que hace tres años creímos que la lucha integrada era la única salida y así ha sido.

## OPINIÓN

### Tanto hablar de Innovación que se ha cambiado de Consejería

■ José Esteban Ruiz

La última parte del mes de abril ha centrado las miradas agrícolas en el cambio de responsable en la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, un adiós a Martín Soler y bienvenida a Clara Aguilera. Aunque seguro que no va a ser un adiós en toda regla. El actual consejero de Innovación, Ciencia y Empresa tiene deberes para modernizar el sector hortofrutícola almeriense.

Si ya lo decía él cuando llegó a Agricultura y Pesca, "lo importante es la innovación en el sector". Un salto de calidad para las frutas y hor-

talizas almerienses. Tanto puso su mirada en este ámbito -hasta se llevó a la Consejería de Agricultura el Instituto de de Formación e Investigación Agraria y Pesquera- que un año después de tomar posesión en su cargo la Innovación lo ha absorbido por completo.

Ha sido una pena que sólo haya estado un año como titular del ramo agrario. Una pena, por muchas cosas. Esfuerzo, trabajo, diálogo, predisposición, entendimiento...son algunos sustantivos que relaciono con la figura de Martín Soler. Ha subido como la espuma, dicen algunos

refiriéndose al peso político del almeriense en su entorno. Yo no quiero dejar pasar la oportunidad que tengo de felicitar al flamante consejero de Innovación, Ciencia y Empresa, por su nuevo nombramiento y por supuesto, por el trabajo realizado en las ocho provincias andaluzas, donde ha logrado que algunas 'bellas durmientes' despierten de su eterno letargo y vuelvan en sí mismos y se den cuenta que queda mucho por hacer.

Un trabajo de cimientos que queda por hacer...un referente que a buen seguro continuará la nueva



TECNOLOGÍA  
EN EL SECTOR  
FUE UNO DE  
LOS PRINCIPIOS  
QUE DEFENDIÓ  
MARTÍN SOLER  
EN  
AGRICULTURA

consejera, o al menos esa es la esperanza que tienen todos y cada uno de los agentes del sector.

Tendría sus detractores, nadie lo duda, pero me hago cargo de que hasta éstos, en lo más oculto de su interior, reconocerían algún detalle de su entrega.

Estará relacionado con el sector agrario desde su responsabilidad en su nuevo cargo. Pero ya no estará para tratar en cuerpo y alma todos los aspectos que afectan de lleno al colectivo agrícola. Seguirá la 'pelea' con Europa por acuerdos con terceros países que no perjudiquen a las frutas y hortalizas comunitarias; el tema de la concentración de la oferta, en el que sin duda, ha puesto mucho de su parte para que el sector comience a plantearse que es el camino a seguir, al margen de 'egos' y protagonismos. Además, su 'legado' ha dejado una huella extraordinaria en solo un año.

Consejero Delegado de Comunicación e Información Agraria, S.L.: José Antonio Gutiérrez Escobar

Edita: Comunicación e Información Agraria, S.L.

Coordinación general: Verónica Bono Casas.

Departamento Comercial y Publicidad: Noelia Blanco Alchapar

Teléfonos 950 57 13 46 y 666 33 52 66. Fax: 950 57 21 46. E-mail: publi@fhalmeria.es - comercial@fhalmeria.com.

Dirección: Paseo de Las Lomas, 157 - bajo. 04700 EL EJIDO (Almería).

Imprime: García Impresores, S.L. Dép. Legal: AL-2839-2007 - ISSN 1889-4836

Coordinación de Redacción: José Esteban Ruiz Alvarez. Redacción: Elena Sánchez García, Isabel Fernández González, Rafael Villegas Alarcón. Fotografía: Archivo Comunicación e Información Agraria, S.L. (CIA).

Email: fhalmeria@fhalmeria.com - info@fhalmeria.com - redactor1@fhalmeria.com - redactor2@fhalmeria.com - redactor3@fhalmeria.com

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

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

# Actualidad

## RESULTADOS



■ Martín Soler, Juan Deus, José Luque y Juan Antonio Planelles, durante la reunión. / FHALMERÍA

### EN CIFRAS

**200** MILLONES de kilogramos de frutas y hortalizas se comercializarán durante la presente campaña. Con un aumento hasta febrero de 10 millones de kilos respecto de 2008.

**142** MILLONES de euros han registrado las tres comercializadoras en facturación neta en el último ejercicio.

**400.000** EUROS, cifra que hace referencia al beneficio final.

**618** SOCIOS configuran esta iniciativa de concentración de la oferta hortofrutícola sumando las tres entidades.

**243** COLABORADORES-AGRICULTORES que hay que añadir a los socios. Cifra creciente en los dos últimos años.

**1.289** HECTÁREAS DE CULTIVO en producción vinculadas al proyecto, lo que supone un 5% del total en relación a la provincia de Almería aproximadamente.

**1.300** TRABAJADORES dedicados a las tareas propias desarrolladas en los almacenes de manipulación, administrativos, técnicos de campo, agentes comerciales, etc.

## 3.000 familias aseguran su renta gracias a la unión de Agroiris, Mayba y Ejidoluz con apoyo de la Junta

ENTRE LAS TRES COMERCIALIZADORAS PONEN EN EL MERCADO 200 MILLONES DE KILOGRAMOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS

■ José Esteban Ruiz

El ex consejero de Agricultura y Pesca, Martín Soler quiso antes de marcharse de su cargo, rumbo a Innovación Ciencia y Empresa, dejar encaminado el apoyo de la Junta a la consolidación de un proyecto de concentración de la oferta hortofrutícola como el que mantienen vigente desde hace ahora tres campañas, Agroiris, Ejidoluz y Mayba. Estas comercializadoras, desde el pasado mes de febrero gracias a un aumento de su producción, envían al mercado 200 millones de kilogramos de productos hortofrutícolas. Una actividad que asegura la renta, directa o indirectamente de 3.000 familias de la provincia.

Martín Soler, acompañado del delegado provincial, Juan Deus, se reunió en Almería con directivos de la SAT Agroiris, concretamente con su presidente, José Luque Villegas, y con el director general, Juan Antonio Díaz Planelles, a los que ofreció el apoyo de su departamento para impulsar un pro-

yecto de concentración de oferta que consolidaría la unión comercial actual que hay entre esta sociedad agraria de transformación Agroiris, la SAT Mayba y la Cooperativa Ejidoluz, todas ellas ubicadas en el municipio de El Ejido.

Los representantes de SAT Agroiris le presentaron al titular de Agricultura los resultados positivos que se han registrado desde que estas tres sociedades hortofrutícolas decidieron hace tres años unir sus esfuerzos en la comercialización de sus productos en los mercados nacional y europeo bajo la gestión comercial de Agroiris. Las tres comercializadoras reconocen los avances que han registrado en este tiempo de unión.

En este sentido, Díaz Planelles explicó que "en este tiempo en el que estamos trabajando juntos hemos hecho posible, gracias al esfuerzo de todos, dar forma a un proyecto de concentración, pero queremos ir más allá, consolidándolo". Para el director comercial de Agroiris es primordial avanzar en esta relación establecida. Por este motivo, presentaron en su día a la Junta una iniciativa que tiene como principal objetivo solidificar lo ya conseguido, aumentando si cabe, las posibilidades de expansión del grupo.

Martín Soler, durante la reunión, informó sobre las ayudas de las que disponen. Entre ellas, la Orden de ámbito andaluz para la regulación de los procesos de asociacionismo para incentivar la fusión o integra-

ción comercial de cooperativas y SAT, entre otras entidades, con ayudas de hasta 400.000 euros; las ayudas para la mejora de estructuras comerciales o la línea especial de créditos del ICO aprobada por el

Consejo de Ministros para financiar determinadas actuaciones e inversiones del sector.

Todo está listo, para comenzar a trabajar y certificar el inicial apoyo mostrado por la Junta.

### EN BREVE

**ANTONIO FERNÁNDEZ MALDONADO**  
PRESIDENTE EJIDOLUZ



"Hemos comenzado la especialización de nuestras instalaciones por productos, un asunto que esperamos poder concluir gracias al apoyo que nos ofreció el anterior consejero de Agricultura. Queremos crear una infraestructura que nos permita mejorar y ofrecer mejores servicios a nuestros clientes y de esta manera lograr que la actividad que realizamos aumente la productividad en beneficio de los agricultores".

**JOSÉ LUQUE VILLEGAS**  
PRESIDENTE AGROIRIS



"Martín Soler ha demostrado que apuesta por la unificación definitiva y nos ofrece toda la ayuda que esté a su alcance. Del éxito de esta unión comercial se beneficiará todo el sector comercializador de frutas y hortalizas de Almería. Unas tres mil familias dependen de esta iniciativa, ya que a los agricultores cooperativistas y socios hay que añadir los de 1.300 trabajadores que hay en los distintos centros de comercialización".

**SALVADOR MARTÍN CALLEJÓN**  
PRESIDENTE MAYBA



"Estoy muy satisfecho por la respuesta de la Administración andaluza que con su apoyo, reconoce nuestra labor y apuesta por nuestras posibilidades. El acuerdo vigente entre las tres comercializadoras nos ha permitido hasta la fecha, obtener unos resultados que no habíamos conseguido de forma individual. Con esta alianza y trabajando en unión estamos funcionando a pleno rendimiento".

## INICIATIVAS

# Las empresas se lanzan a la concentración de la oferta y ya son varios los proyectos en marcha



■ Sólo en el caso de 'Única Group', sus cinco integrantes suman unos 160 millones de kilos de hortalizas. / FHALMERÍA

**YA HA NACIDO EL PRIMER GRAN GRUPO EN LA PROVINCIA Y, ADEMÁS, EXISTEN OTRAS EMPRESAS QUE "BUSCAN NOVIA"**

■ Isabel Fernández

Las empresas hortícolas de la provincia se han puesto manos a la obra para que, como afirman desde la Administración andaluza, 2009 sea el año de la concentración de la oferta. De hecho, en los primeros cuatro meses de este año ya se ha consolidado un proyecto que llevaba más de dos fraguándose y que no es otro que la constitución de 'Única Group' y, además, también en este mismo tiempo, se ha ahondado en la colaboración de otras tres empresas que llevan años trabajando de forma conjunta, como son S.A.T. Agroiris, Mayba y Ejidoluz. Ambos proyectos son pruebas fehacientes de que la agricultura de la provincia aspira, claro está, a perpetuarse en el futuro y, para ello, no duda en aunar esfuerzos para alcanzar un fin común: los mejores resultados para sus agricultores.

En el caso del primer proyecto, hace algo más de un mes que se presentó oficialmente y, entonces, su presidente, José Martínez Portero, afirmó que 'Única Group' nacia como uno de los grupos "más importantes por su capacidad de negocio y volumen de comercialización en el panorama hortícola eu-

ropeo". De hecho, esta cooperativa de segundo grado, formada por Casur S.C.A., Cabasc, Ejidomar, Ferva y Cohorsan, aglutina 1.800 hectáreas de cultivo, en las que se producen 160 millones de kilos de frutas y hortalizas por un valor aproximado de 166 millones de euros. Asimismo, y como se dijera durante la presentación, 'Única Group' sigue abierta a nuevas incorporaciones y, de este modo, ya son tres las nuevas empresas que se han interesado por el proyecto y que están estudiando su reglamento de constitución, sin embargo, Martínez Portero indicó que "siguen analizando su incorporación, pero aún no sabemos nada".

Por otro lado, también hace menos de un mes, se presentó un nuevo proyecto a la Administración pero, en este caso, de consolidación de un acuerdo comercial ya vigente. Así, responsables de S.A.T. Agroiris se reunieron con el entonces consejero de Agricultura y Pesca de la Junta, Martín Soler, y con su delegado, en funciones, en Almería, Juan Deus, para darles todos los detalles del proyecto y, cómo no, pedir a la Administración todo su apoyo en esta nueva iniciativa de concentración. Estas tres empresas comenzaron su colaboración hace ya tres años y, desde entonces, según afirmaron sus directivos, han sido muchos los beneficios obtenidos, por lo que el siguiente paso a dar está claro.

Hasta aquí lo conocido, sin embargo, son otros los proyectos o ini-

ciativas que se están llevando a cabo en la provincia en este mismo sentido. Así, por ejemplo, las cooperativas Murgiverde, Campovícar y Geosur están comenzando a dar los primeros pasos para su futura unión, aunque aún no son muchos los detalles con los que se cuenta con respecto a esta fusión. Así, Manuel Galdeano, presidente de Murgiverde, comentó que, "de momento, todo está muy reciente. Estamos casi comenzando". Como ocurriera en las dos iniciativas anteriores, este nuevo proyecto también espera contar con todo el apoyo posible por parte de la Administración y "si todo sale bien, queremos empezar a funcionar a principios de la próxima campaña". Te-

niendo esto en cuenta, Galdeano reconoció que es poco el tiempo que tienen por delante para ir afianzando el proyecto, sin embargo, afirmó que "con trabajo duro, todo es posible".

## REACCIONES

Por su parte, las organizaciones agrarias de la provincia ven con muy buenos ojos los distintos procesos de unificación de la oferta, ya que, en parte, responden a la que ha venido siendo una de sus demandas históricas. En este sentido, Francisco Vargas, presidente de ASAJA-Almería, comentó que "en principio, nos parece muy positivo" y añadió que "todo lo que ten-

ga como finalidad pagar más al agricultor nos parece bien". Asimismo, recordó que la finalidad de este tipo de procesos es reducir en la medida de lo posible los costes de las comercializadoras y, de este modo, contribuir al aumento de la rentabilidad del sector. Las fusiones implican, por un lado, la especialización de cada una de las partes integrantes en un determinado producto y, por otro, contar con una posición más fuerte de cara a la gran distribución que, en última instancia, es quien controla el mercado.

Teniendo esto en cuenta, Andrés Góngora, secretario provincial de COAG, comentó que "como productores, desde esta organización agraria creemos que la concentra-

## ALERTA

# Las organizaciones agrarias alertan sobre los posibles 'peligros' de las fusiones

■ I. F. G.

Las organizaciones agrarias ASAJA y COAG, a pesar de que valoraron las distintas iniciativas en pro de la unión de la comercialización hortícola, llamaron la atención sobre los 'peligros' que un proceso mal llevado podría traer consigo. Así, Andrés Góngora, secretario provincial de COAG, comentó que "tenemos

que estar siempre vigilantes para que la concentración sirva para la defensa de las producciones almerienses frente a las de terceros países". Así, criticó que empresas que traen producto desde el norte de África "que no sea para complementar sus producciones" se aprovechen de este proceso de concentración de la oferta.

Por su parte, Francisco Vargas, presidente de ASAJA-Almería,

añadió que "la concentración no se debe quedar ahí, sino que hay que buscar un verdadero valor añadido para los agricultores, para que les queden unos céntimos más". Así, señaló que, junto a la financiación de la Junta que podrán recibir los distintos proyectos, también la Unión Europea, a través de sus fondos operativos, los podrá dotar económicamente y "el objetivo no debe ser sólo buscar esa financiación".

PROYECTOS



■ Nació la primera plataforma de comercialización. / FHALMERÍA

■ Murgiverde, Campovicar y Geosur pueden ser los siguientes en dar el paso. / FHALMERÍA

ción es necesaria". "Todos sabemos cuál es el funcionamiento del mercado y son los grandes grupos quienes lo manejan, por lo que hay que aglutinar volumen de producto y, sobre todo, fuerza". Asimismo, el responsable de COAG en la provincia señaló que, en este proceso, "hay que exigirle un mayor esfuerzo a las cooperativas para que la concentración se consolide" y, además, indicó que estas uniones "deben consolidarse también en las alhóndigas". En cualquier caso, reconoció que, en este último modelo de comercialización, el hecho de ser un mercado mucho más abierto dificulta el proceso.

Por otro lado, Góngora, más allá de los proyectos que se conocen y de otros de los que se habla, indicó que "son otras muchas las coope-

rativas que están 'buscando novia', pero, por lo pronto, no quiso hacer mención a ninguna iniciativa en particular. Lo que sí está claro es que el sector comercializador ha entrado en un "proceso imparable", como afirmó el secretario provincial de COAG y, por tanto, ya no hay vuelta atrás. Todo lo contrario. Cualquier nuevo paso que se vaya dando debe ir en dirección a esa concentración. Nadie habla de crear un único grupo, pero sí en torno a una decena de ellos, de manera que, poco a poco, sea el sector quien realmente controle los precios de sus hortalizas, que sea el que decida sobre su propio negocio. En todo esto, según Góngora, las grandes empresas jugarán un papel protagonista, ya que "son quienes deben abanderar el proceso".

### La Junta muestra su total apoyo a los distintos proyectos iniciados

El anterior consejero de Agricultura y Pesca de la Junta, Martín Soler, ofreció todo su apoyo y el de la Administración andaluza al primer proyecto de concentración de la oferta en la provincia, 'Única Group', pero también al resto de iniciativas que se están poniendo en marcha en este sentido. En cualquier caso, y con respecto al caso de esa primera gran plataforma de comercialización, Soler afirmó que la Junta iba a financiar con 400.000 euros durante cuatro años los gastos que

genere la nueva estructura comercial, como, por ejemplo, los derivados de la contratación de personal o alquiler de establecimientos. Asimismo, indicó que la Administración financiera las distintas inversiones que acometa la plataforma con un 30 por ciento a fondo perdido. Este mismo apoyo incondicional fue el mostrado por el consejero durante el encuentro mantenido con los directivos de la S.A.T. Agroiris, y en el que éstos le presentaron su propio proyecto de unión.



■ Martín Soler. / FHALMERÍA

**YARA**

# Magphos ahora es Starphos

El producto Magphos de la gama YaraVita, pasa a comercializarse con el nombre de Starphos. A un producto que es grande, le damos nombre de estrella.

info.iberian@yara.com

**YaraVita™**

## CAMBIOS EN EL GOBIERNO ANDALUZ

# Martín Soler deja la Consejería de Agricultura y Pesca y pasa a Innovación, Ciencia y Empresa

LA TITULAR DEL RAMO EN LA JUNTA ES CLARA AGUILERA, CONOCEDORA DEL SECTOR POR SU EXPERIENCIA COMO GERENTE DE FAECA

■ José Esteban Ruiz

Martín Soler, en el nuevo ejecutivo comandado por Jose Antonio Griñán como presidente de la Junta de Andalucía, ha cambiado de responsabilidades en el Gobierno andaluz. El almeriense ha cambiado de Consejería. Deja la Agricultura y Pesca para dedicarse de lleno a la Innovación Ciencia y Empresa. El puesto que deja Soler lo ocupará Clara Eugenia Aguilera, una granadina que conoce el sector gracias a su dilatada experiencia como gerente de la Federación de Cooperativas Andaluzas (Faeca), en Granada.

El entorno político de Martín Soler ha valorado este cambio como muy positivo para el almeriense,



■ Martín Soler y Clara Aguilera junto a otras autoridades en Fruitlogística 2009. / FHALMERIA

ya que aseguran que supone un paso más en su carrera. Aunque esta valoración genera ciertas dudas entre el sector agrario, sus vínculos con la agricultura no se han roto.

La innovación tecnológica del sector hortofrutícola almeriense y otras especialidades agrícolas en el ámbito andaluz, mantendrán una conexión entre las nuevas funciones

a desarrollar por Martín Soler y el sector agrario de la comunidad autónoma.

En este año y un mes que el almeriense ha sido consejero de Agri-

cultura y Pesca, se han llevado a cabo muchos avances en el sector, no sólo en el ámbito de las frutas y hortalizas. Soler ha estado junto al conjunto de la agricultura. Ha sentado proyectos y orientado el camino para mejorar en competitividad frente a los competidores. Todos esperan que la nueva consejera continúe el trabajo realizado por Soler y llegue con éxito a conseguir resultados.

Clara Eugenia Aguilera García nació en Granada en 1964 y hasta ahora desempeñaba el cargo de consejera de Gobernación. Anteriormente fue secretaria general de Relaciones con el Parlamento, dependiente de la Consejería de la Presidencia. Su carrera profesional ha estado ligada a la gestión y dirección de empresas, especialmente en el campo de las cooperativas. Entre 1990 y 2000 fue gerente provincial de la Federación Andaluza de Empresas Cooperativas Agrarias de Andalucía (FAECA-Granada).

## REACCIONES

## El sector agrícola de Almería muestra decepción y esperanza ante el nuevo cambio en la Consejería

■ J. E. Ruiz

Todos se alegran por Martín Soler y lo felicitan por su nuevo cargo como consejero de Innovación Ciencia y Empresa. Pero no es todo bonito. Parte del sector agrario considera que ha dejado su trabajo tan sólo planteado y este cambio puede perjudicar una política a la que no le faltan elogios.

Las organizaciones agrarias consideran que el trabajo estaba "medio a hacer" y que a pesar de haber sembrado el campo con proyectos e iniciativas, con su marcha no se han podido regar y cultivar como debiera ser, así que los resultados, que al fin y al cabo son los que se califican con mayor nota, no se han conseguido. De notable hubiera calificado su gestión Francisco Vargas, presidente de ASAJA, de haber continuado como Consejero de Agricultura y Pesca y concluir su legislatura con parte de los logros que prometía. Sin embargo no pasa del bien. Para Francisca Iglesias, secretaria general de UPA, valora la labor del consejero según actitud. De esta forma, considera



■ Miembros del sector con Soler en una de las reuniones. / FHALMERIA

que en su relación con los agentes del sector y su predisposición ha obtenido un sobresaliente, mientras que otorga un notable a la puesta en marcha de proyectos y un suspenso en su faceta de conocimientos ya que subraya que "su preocupación por conocer al detalle todos los asuntos relacionados con su materia dejaba que desear". Iglesias opina que lo hizo muy bien en cuanto al sector de las frutas y hortalizas pero no tanto en temas de ganade-

ría o en aquellos relacionados con la Política Agraria Común.

Por su parte Andrés Góngora, secretario provincial de COAG, que coincide con UPA, sobre todo en su escasa dedicación a la ganadería, secretario provincial de Coag, piensa que su labor debería continuar, que no tendría que haberse producido el cambio, pero espera que de alguna manera, sus nuevas competencias incidan en la mejora de la agricultura almeriense". Al respec-

to concretó que "sería conveniente que desde Innovación impulse la modernización de las explotaciones agrarias de Almería". Sobre la valoración que hace de su labor, el responsable de Coag le otorga "un aprobado alto, digamos que un bien", puntualiza.

La reacción en la comercialización ha sido muy similar, aunque menos crítica con Martín Soler. Manuel Galdeano, presidente de la Interprofesional Andaluza de Frutas

y Hortalizas (HORTYFRUTA) y a su vez de la Asociación Provincial de Empresarios Cosecheros Exportadores de Productos Hortofrutícolas de Almería (COEXPHAL) ha valorado positivamente el trabajo desempeñado por el almeriense. En este sentido ha afirmado que "creo que su trabajo ha sido, fundamentalmente, clave para analizar con profundidad cuáles son los retos que tiene que afrontar la horticultura en esta provincia y cuáles son los mecanismos que hay que poner en marcha para convertirla en más competitiva, más moderna y más innovadora". Por su parte, el presidente de 'ÚNICA GROUP', José Martínez Portero, ha manifestado que le hubiera gustado que continuara y es una decepción porque ha hecho muy buen trabajo. No obstante cree que en Innovación "también puede beneficiar al sector hortofrutícola de Almería, ya que necesita mucho en este aspecto, tanto para la modernización de invernaderos como en avances relacionados con la IV y V gama".

En estos momentos, el sector espera que la nueva consejera de Agricultura y Pesca, Clara Aguilera, continúe la labor iniciada por Martín Soler, más si cabe, por su amplio conocimiento del sector gracias a su experiencia como gerente de la Federación de Cooperativas Andaluzas (FAECA).

## NUEVOS OBJETIVOS

# COEXPHAL modifica sus estatutos para convertirse en Organización de Productores

EFFECTUARON ALGÚN CAMBIO QUE AFECTA AL COMPORTAMIENTO DE LOS ASOCIADOS CON ASUNTOS SOBRE LA IMAGEN DEL COLECTIVO

■ José Esteban Ruiz

La Asociación Provincial de Empresarios Cosecheros Exportadores de Productos Hortofrutícolas de Almería se ha fijado un nuevo objetivo: convertirse en Organización de Productores de Frutas y Hortalizas y de esta manera gestionar con solo un programa los fondos operativos de los miembros que formen parte de la nueva OPFH.

Para dar tal paso, la primera acción llevada a cabo por la asociación ha sido modificar los estatutos para adaptarlos a los requisitos establecidos en la última reforma de la OCM de Frutas y Hortalizas, siguiendo lo dictado por el Reglamento europeo 1182/2007. El pasado 3 de abril, en asamblea general extraordinaria, y como segundo punto del orden del día, se aprobó por los asistentes a la convocatoria, -según fuentes consultadas por este periódico, no superaba el 20% de los asociados-, aquellos puntos necesarios para convertirse en una Organización de Productores de Frutas y Hortalizas.

Manuel Galdeano, presidente de COEXPHAL ha valorado la iniciativa como "productiva para el conjunto de asociados". Además, adelantó que "esperamos poder funcionar como Organización de Pro-



■ Una de las asambleas de COEXPHAL, siendo aún presidente José Martínez Portero. / FHALMERÍA

ductores en el inicio de la próxima campaña". En estos momentos, tras la aprobación en la asamblea de los estatutos "se deben ratificar legalmente". El proceso culminará con el reconocimiento como OPFH por el Estado miembro de la Unión Europea, como indica la normativa comunitaria.

Una vez alcanzada la naturaleza jurídica de OPFH, podrá gestionar, a través de un único programa para todos los miembros, los fondos operativos concedidos en una sola línea. Manuel Galdeano ha confirmado que "esta iniciativa está contemplada al margen de la asocia-

ción que se conoce como 'APROA', es decir "se trata de la constitución de nuestra asociación como OPFH, independientemente de la existencia de la otra asociación".

Las modificaciones llevadas a cabo en la reglamentación estatutaria de COEXPHAL han sido numerosas atendiendo a los criterios establecidos en Europa, y en virtud de ser posteriormente reconocida por el Estado. En este sentido, en el artículo 2 de dichos estatutos han introducido un cambio en términos de actividad a la que se dedican los socios. Con la modificación, sólo

quedaría espacio para miembros dedicados al "cultivo y comercialización de productos hortofrutícolas o de flores cortadas o plantas vivas". Así, aquellas sociedades que no contemplan tales actividades entre sus servicios no cumplirían este apartado de los estatutos.

Por otra parte, las sanciones, en virtud de la gravedad de la falta que pudieran cometer cualesquiera de los miembros asociados, se han contemplado dentro de los nuevos estatutos. Además, también se incluye una exposición sobre el correcto comportamiento tanto a nivel interno como externo, de los socios.

## Impide a sus socios hablar 'mal' de la organización

■ J. E. R.

COEXPHAL, entre los cambios realizados en los estatutos, y según obliga la normativa europea recoge en su modificación estatutaria un apartado dedicado a las sanciones previstas y los motivos de aplicación para sus asociados. En el capítulo tercero, dedicado a la pérdida de la cualidad de miembros, desarrolla el artículo 14 (bis), a través del cual añade la consideración de faltas, diferenciadas entre muy graves, graves y leves, "atendiendo a su importancia, trascendencia y malicia". Uno de los nuevos apartados, considera como falta muy grave que los socios "difundan noticias o comentarios que puedan ser gravosos para la imagen de la asociación o menoscaben la persona de cualquiera de sus miembros". Por tanto, cualquier socio que haga pública cualquier información tratada en el seno de COEXPHAL puede ser expulsado.



La única que produce sus insectos en Almería



Con la Colmena Agrobío y sus incansables abejorros tu cultivo siempre tiene buen cuaje, buena formación del fruto y gran producción. Por todo eso, nos has premiado con tu confianza y hoy somos Nº1 en Colmenas. Un líder se hace con calidad y resultados. Sigue confiando en quien más entiende de polinización.

Ctra Nacional 340, Km. 419 - El Viso - 04745  
La Mojonera, Almería (España)  
Telf: 950 558 220  
Fax: 950 558 221  
agrobio@agrobio.es  
www.agrobio.es

  
**Agrobío**  
Nº1 en colmenas.  
Confía en quien está cerca.

## INDUSTRIA AUXILIAR

# “Las ventas de tecnología han sufrido un descenso importante por la crisis”

■ Isabel Fernández

La gerente de TECNOVA afirma que la industria auxiliar de la agricultura es “un sector que se ha hecho a sí mismo”, como ella dice, “reinventándose día a día”. Esto le otorga un papel estratégico en la provincia, ya que, gracias a él, la agricultura almeriense es, a día de hoy, un modelo a imitar en todo el mundo.

**- Hace relativamente poco tiempo que TECNOVA fue reconocido como centro tecnológico. Desde entonces y hasta ahora, ¿qué ha cambiado?**

- Este reconocimiento, por parte de la Junta de Andalucía, ha sido clave, puesto que ha servido para poder poner en marcha las líneas estratégicas en I+D+i que estamos desarrollando actualmente y para materializar el compromiso del Gobierno autónomo, y más en concreto de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa en colaboración con el Ministerio, de aportar cuatro millones de euros para construir este centro y poder así disponer de unas instalaciones apropiadas para poder prestar el apoyo necesario en materia de investigación, desarrollo e innovación a las empresas de la industria auxiliar de la agricultura de Andalucía.

**- ¿Qué percepción tiene, en estos momentos, de la industria auxiliar de la provincia?**

- En general, no demasiado optimista, ya que aunque la agricultura, afortunadamente, sigue siendo un pilar fundamental de la economía almeriense, no es ajena a la crisis existente y las ventas de tecnología han sufrido un descenso im-

portante, fundamentalmente por falta de liquidez.

**- ¿Cuál cree que es el potencial real de la industria auxiliar provincial?**

- La industria auxiliar de la agricultura tiene muchas posibilidades de futuro. En estos momentos, la producción está más orientada al mercado local, siendo uno de los principales retos de futuro abrir nuevos mercados tanto a nivel nacional como en el exterior para generar más actividad y, para ello, es muy importante que los productos de la industria puedan competir en calidad y en precio con los de otros países. En este sentido, la innovación juega un papel muy importante y, en estos aspectos, la aportación de TECNOVA es fundamental.

**- ¿Cuál es el principal reto al que se debe hacer frente?**

- En estos momentos, lo más importante, sin duda, es incrementar la cuota de mercado tanto a nivel nacional como internacional, ya que las ventas han sufrido un descenso considerable por la falta de liquidez y la situación de crisis actual.

**- A día de hoy, ¿qué aspecto fundamental destacaría de este sector de la provincia?**

- Sin duda alguna, es un sector que se ha hecho a sí mismo, reinventándose cada día para poder ofrecer la tecnología necesaria en el momento preciso y al mejor precio. No cabe duda de la importante aportación que realiza a la economía de la provincia, porque estamos hablando de un sector que genera miles de empleos. Además, es un sector clave que está contribuyendo a la modernización del campo almeriense y a la mejora de la produc-

**MARI CARMEN GALERA**  
GERENTE DEL CENTRO TECNOLÓGICO DE LA INDUSTRIA AUXILIAR DE LA AGRICULTURA-TECNOVA



■ Galera durante una ponencia en la última Expo Agro. / FHALMERÍA

ción hortofrutícola.

**- TECNOVA ha firmado recientemente un convenio de colaboración con el IFAPA para la creación de un invernadero experimental en La Cañada. ¿Qué valoración hace de esta colaboración?**

- Para nosotros es muy importante poder contar con el apoyo de la Administración andaluza y, en concreto, de IFAPA. El proyecto nos va a permitir inicialmente poder avanzar nuestras investigaciones en tecnología de invernaderos, aunque la idea es seguir colaborando en diversos proyectos de investigación compartiendo recursos.

**- Ésta es la primera acción desde que ambas entidades firmaran**

**un acuerdo de colaboración a principios de este 2009. ¿Confía en que sea muy fructífero?**

- Claro que sí, y así se lo hemos transmitido tanto al consejero de Agricultura como a Javier de las Nieves, presidente de IFAPA y que conoce muy bien la labor que se realiza en TECNOVA, puesto que hemos mantenido un contacto muy directo desde que era delegado de Innovación, Ciencia y Empresa. Nos consta que el consejero apuesta por TECNOVA y quiere apoyarnos para que el centro sea un referente a nivel mundial.

**- ¿Qué líneas de trabajo se han marcado a corto y medio plazo?**

- Seguir apoyando a las empresas de la industria auxiliar de la agri-

cultura, proporcionándoles todo el asesoramiento necesario en materia de ingeniería, investigación e innovación, transferencia de tecnología y conocimiento, facilitándoles la implantación de herramientas para mejorar su competitividad y desarrollando iniciativas que permitan la apertura a nuevos mercados. Son varios los proyectos e iniciativas que estamos desarrollando, las nuevas líneas van por la utilización de energías alternativas aplicadas a la agricultura, diseño de nuevas estructuras y el incremento de valor de los alimentos.

**- El Centro trabaja mucho en investigación, pero, desde luego, no es ésta su única función, sino que también pone en marcha acciones de internacionalización. ¿Qué importancia tiene para la industria auxiliar provincial la apertura a nuevos mercados?**

- Pues mucha, ya que permite poder trasladar a otros países la experiencia y conocimiento adquirido en el modelo que se ha desarrollado en Almería y que, hoy por hoy, se ha convertido en un caso de éxito, siendo un modelo a imitar por gran parte de los países de la cuenca mediterránea y latinoamérica. La tecnología desarrollada en Almería es altamente competitiva tanto en calidad como en precio.

**- La horticultura almeriense, como bien dice, sirve de ejemplo para otras zonas. ¿Qué significa esto para TECNOVA?**

- TECNOVA juega un papel fundamental a la hora de dar a conocer la potencialidad de nuestra industria auxiliar de la agricultura y a la hora de difundir la cultura emprendedora y el modelo de producción agrícola almeriense, que es todo un referente a nivel mundial. Desde hace años participamos en numerosas jornadas divulgativas a nivel internacional para dar a conocer el modelo desarrollado en Almería y explicar la tecnología y sus aplicaciones.



■ Invernaderos. / FHALMERÍA

## “No hay otra salida que apostar de forma decidida por la innovación y el desarrollo”

■ I. F. G.

**- ¿Cómo ve el futuro de la industria auxiliar de la agricultura en la provincia?**

- Creo que va a ser bueno, siempre y cuando empiece a recuperarse la economía en un espacio de tiempo no demasiado largo. La industria auxiliar es un sector ampliamente competitivo y con un posicionamiento nacional e internacional importante, por lo que

creo que queda mucho trabajo por hacer.

**- La evolución de la horticultura va de la mano de su industria auxiliar. ¿Considera que ambas, realmente, caminan al mismo ritmo en la provincia?**

- La una no sería lo que es sin la otra. Si la agricultura ha llegado a tener el peso que tiene en la economía provincial se debe a la importante contribución que ha realizado la industria auxiliar de la

agricultura durante los últimos años y que seguirá haciendo durante el futuro.

**- ¿Hace falta una mayor apuesta por la I+D+i?**

- Los poderes públicos, tanto los autonómicos como los estatales, son conscientes de que el futuro de la economía española depende mucho de estos factores, y están cada vez más concienciados de que no hay otra salida que apostar de forma decidida por la innovación,

el desarrollo y la investigación y, en este sentido, creo que el futuro es muy interesante, sobre todo en Almería, donde es necesario apostar por la agroindustria, que creo que es una buena alternativa para generar nuevo empleo.

**- TECNOVA tendrá un nuevo centro dentro del PITA. ¿Qué tal marcha ese proyecto?**

- Estamos a la espera de que se firme el convenio de colaboración con la Junta y el Ministerio. Espero que la mudanza se produzca pronto, pero, por ahora, desconozco cuándo. Lo que sí haremos es trasladarnos temporalmente, en junio, al edificio que ha construido el PITA en la Universidad.

# II Circuito Interprovincial de Peñas Flamencas

del 28 de febrero al 13 de junio de 2009

Colabora:  
Federación Provincial de Peñas Flamencas de Almería

Información en: [www.cultura.dipalme.org](http://www.cultura.dipalme.org)



DIPUTACIÓN DE ALMERÍA

**campaña de dinamización de salas de teatro**

del 18 de abril al 12 de diciembre 2009

[www.cultura.dipalme.org](http://www.cultura.dipalme.org)

**Cultura**<sup>2009</sup>  
proximidad



DIPUTACIÓN DE ALMERÍA

## EN BREVE

**PEPINO  
BAJA**

Esta hortaliza sigue descendiendo de precio en las últimas semanas lo que lleva a que muchas organizaciones agrarias hayan denunciado su situación. Así, destacar que el tipo Almería no supera los 15 céntimos de euro, mientras que el francés roza los 18 céntimos el kilo. El mejor es el negro corto que se mantiene por encima de los 20 céntimos de euro.

**TOMATE  
SUBE**

Se trata de los pocos productos que están saliendo de manera airosa de la mala situación actual de precios. Así, los tipos que mejor están cotizando en estas semanas son el ensalada y el daniela madura que superan ambos el euro, mientras que el que peor se comercializa en estos momentos es el tomate pera, a 75 céntimos.



■ Tomates. / FHALMERÍA

**CALABACÍN  
BAJA**

Sigue sin remontar la mala situación que padece, a pesar de la suspensión de segundas categorías establecida en su momento por HORTYFRUTA. Así, el calabacín convencional no llega a los 10 céntimos, mientras que el tipo gordo roza los 15 céntimos el kilo.

**PIMIENTO  
SUBE**

Junto con el tomate, el pimiento es la otra hortaliza que se mantiene en las subastas. A pesar de que cada vez hay menos cantidad, los italianos y lamuyos superan en todo momento el euro como primer corte, aunque los California y sobre todo la variedad amarilla no supera los 70 céntimos de euro el kilo.

**BERENJENA  
BAJA**

El mes pasado tenía un buen corte final en las pizarras que llegaban a superar el euro en algunas ocasiones. Sin embargo, ahora sólo es la rayada la que está en esta situación, mientras que el tipo largo y la redonda rozan los 50 y 45 céntimos de euro respectivamente. Se espera que la demanda vuelva a subir en próximos días.

## NEGATIVO

**Las judías  
siguen sin poder  
remontar sus  
bajos precios**

■ E. S. G.

La judía en todas sus variedades es la hortaliza que mejor suele mantenerse durante toda la campaña, sin embargo, en esta ocasión está registrando precios más bajo de lo habitual, además de que es el producto que más afectado se puede ver después de que se haya vuelto de un día de fiesta tanto a nivel nacional como internacional. En este sentido, destacar que la que mejor se está enfrentando a la situación es la Helda, ya que supera los 1,50 euros en sus cotizaciones, además de que es la que más se salva también en cuanto a producción.

Por otro lado, seguida a la Helda está la perona roja, una judía que durante el año no suele bajar de los tres o cuatro euros y, sin embargo, en esta campaña se mantiene por debajo de los dos euros. El resto de tipos, como el stryke, emerite o rastra que por su escasa producción se mantiene con altos precios, pero su mercado es más escaso.



■ Judías. / FHALMERÍA

## PRIMAVERA

**Los primeros kilos de melón y sandía  
tienen buen precio y una alta calidad**

... LAS COTIZACIONES DEL GALIA ESTÁN POR ENCIMA DEL EURO Y EL NIVEL DE AZÚCAR SATISFACE A LOS CONSUMIDORES

■ Elena Sánchez

Los primeros kilos de melón y sandía de la campaña 2008/2009 han comenzado a salir conforme llegó la primavera a la provincia almeriense. En este sentido, según han explicado los expertos, las partidas iniciales de ambas frutas están teniendo un alto grado de calidad, así como unos precios aceptables para el comienzo de la campaña de primavera. Asimismo, en primer lugar, hablar del melón galia, el primer tipo de este producto que aparece en las subastas de las comercialización, ya que es el más temprano dentro de la demanda europea. Sus cotizaciones están por encima del euro, un precio que resulta esperanzador para los agricultores y que conforme vayan pasando las semanas y el calor llegue aún más al resto de Europa, la demanda aumentará. De hecho, este es uno de los motivos por los que las cotizaciones están siendo altas, ya que la climatología está acompañando a que los consumidores demanden más esta fruta tan propia de verano.

En lo que respecta a la calidad, el buen tiempo también tiene que ver con este aspecto, ya que las temperaturas de entre 15 y 18 grados son las propias para que el cuaje del fruto sea óptimo. De ahí, a que tanto el calibre como el nivel de azúcar de las primeras partidas de melón galia estén siendo excepcionales. Por este motivo, la In-



■ El melón galia es la primera fruta de verano que aparece en las subastas de la provincia. / FHALMERÍA

terprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía, HORTYFRUTA, está solicitando a los productores que no corten en verde para mantener esa buena calidad del inicio del ejercicio. El siguiente tipo de melón que saldrá al mercado en breves semanas será el Cantaloup, un tipo más específico del mercado francés, pero que aún así, tiene un consumidor fiel en la península española.

**SANDÍA**

Situación parecida es la que está mostrando la sandía en estos primeros coletazos de la campaña de primavera. Ahora mismo, la úni-

## EXPECTATIVAS

**El sector muestra su optimismo ante el posible volumen de producción**

Aunque ya se han visto los primeros kilos, pero los expertos en el sector han calculado que este año la producción de sandía será mayor que la del melón, por el hecho de que la campaña pasada, el precio medio obtenido por el melón fue más bajo de cara a los países europeos.

ca que está en el mercado es la convencional, es decir, la que tiene pepitas y que cuenta con unos precios que superan los 60 céntimos de euro el kilo. Su calidad también está siendo óptima, ya que el dulzor destaca ante su calibre. Los próximos tipos de esta fruta que están por llegar al consumidor son la Fashion, es decir, sin pepitas, y la sandía blanca

El resto de productos de primavera, como pueden ser los pepinos, calabacines o berenjenas, aún están sacando pocos kilos y sus cotizaciones no están reflejando la realidad del campo, por lo que queda esperar a que reaccionen en las siguientes semanas.

# Especial pimiento



## LOS REYES DEL PIMIENTO EN ALMERÍA

✓ Es la hortaliza más rentable  
**fhalmería** desvela en este ESPECIAL qué  
multinacionales dominan el mercado de la semilla

## BALANCE

# Esta campaña se estabiliza la producción de esta hortaliza tras el bajón registrado en la anterior

LOS PRECIOS DE ESTA HORTALIZA HAN CAÍDO EN EL CAMPO DE LA PROVINCIA CON RESPECTO AL PERÍODO AGRÍCOLA 07/08

Rafa Villegas

El pimiento es, tras el tomate, el cultivo estrella de la producción que se cultiva en superficie invernada en la provincia de Almería. La mayor parte de las hectáreas dedicadas a este producto se encuentran situadas en la Comarca de Poniente, muy especialmente en el municipio de El Ejido, líder indiscutible en esta hortaliza.

Esta campaña se ha mantenido el volumen de producción de pimiento, consiguiendo incluso registrar una ligera subida, respecto a la anterior, como ha explicado el secretario Provincial de COAG en Almería, Andrés Gónzaga.

## DATOS OFICIALES

Los productores de pimiento reaccionaron rápidamente y bien a la crisis surgida hace ahora dos campañas por la detección de partidas que habían sido tratadas con el plaguicida Isofenfos metil, prohibido en toda la Unión Europea. Ello fue el detonante del cambio hacia el control biológico de plagas y la lucha integrada, que precisamente en este producto ha alcanzado en la actual campaña 2008/2009 el 100% de la producción.

Los datos oficiales que se tienen aún son los referentes a la pasada campaña hortofrutícola 2007/2008, en la que se produjo un descenso considerable de la superficie cultivada de pimiento, lo que conllevó un aumento de los precios. Según los datos de la Delegación de Agricultura de Almería, en la campaña anterior se cultivaron de pimiento un total de 7.057 hectáreas en la provincia, lejos de las 8.202 de la precedente.

Con los datos oficiales en la mano se puede afirmar sin miedo que el pimiento fue el producto estrella de la campaña anterior, ofreciendo un rendimiento medio de 5,54 euros por metro cuadrado, una cifra muy cercana a los 6 euros que, como mínimo, son necesarios para no acumular pérdidas en la explotación durante una campaña.



■ Fue el producto estrella, en valor, en la provincia de Almería durante la pasada campaña 2007/2008. / FHALMERÍA



■ Este producto tiene mucho que ver en el liderato almeriense de la balanza agroalimentaria. / FHALMERÍA

## EN ANDALUCÍA

### Este producto ha ayudado a que Almería sea líder en la balanza agroalimentaria

R. V. A.

La provincia de Almería ha logrado, una vez más, liderar la balanza agroalimentaria de Andalucía, tanto en toneladas exportadas como en el valor obtenido por las mismas. Mucho ha ayudado para la obtención de tal logro la gran cantidad de pimiento que se produce en la Comarca de Poniente.

Concretamente, Almería exportó un total de 1.757.453 toneladas por un valor de 1.639,3 millones de euros. Unas cifras muy superiores a las registradas por la provincia de Sevilla, segunda en la lista en la Comunidad Autónoma andaluza. Y es que en ésta última, vendieron un total de 1.249.389 toneladas de productos agroalimentarios, de los que obtuvieron 1.599,1 millones de euros.

La importancia de la producción de pimientos queda manifiesta si se tiene en cuenta que entre este producto hortícola, los tomates frescos, así como el aceite de oliva sumaron, en 2008, un valor total de 1.867,7 millones de euros o, lo que es lo mismo, el 30,84% del valor total de las exportaciones que registró Andalucía durante el pasado año.

En el ejercicio agrícola anterior, los agricultores almerienses produjeron, asimismo, un total de 446.871 toneladas de pimiento, cantidad por la que éstos ingresaron en conjunto 389.673.000 euros, un valor que alcanzó con su comercialización los 525.582.000 euros.

Con respecto al rendimiento medio por cada hectárea de este producto hortícola en la provincia almeriense, en la pasada campaña 2007/2008 se alcanzaron los 63.707 kilogramos por cada 10.000 metros cuadrados de terreno, mientras que se logró un rendimiento medio de 6,37 kilogramos por cada metro cuadrado.

## PRECIOS EN 2007/2008

Por otra parte, los datos oficiales de la Delegación de Agricultura de la Junta de Andalucía en Almería apuntan que en ese período el pimiento alcanzó en los diferentes mercados de destino, tanto en el nacional como en los internacionales, un precio medio de 0,87 euros por cada kilogramo, bastante aceptable con respecto a las campañas anteriores.

Esta campaña, sin embargo, los pimientos están registrando unos precios más bajos. Como suele ser habitual los más cotizados han sido los Lamuyos y los Italianos, que cuentan con demanda nacional e internacional, y los más baratos los California, que sólo reciben pedidos del extranjero.

## VARIETADES

# Rijk Zwaan presenta su amplia oferta en pimiento para la próxima campaña

ENTRE SUS TIPO CALIFORNIA DESTACA COMPAS RZ, GOSPEL RZ, BULERIA RZ, TARANTO RZ, LIRICA RZ Y TRAVIATA RZ

■ José Esteban Ruiz

La empresa de semillas Rijk Zwaan cuenta entre su oferta de variedades de pimientos diversos tipos que se adaptan a las distintas condiciones de la zona y preferencias del agricultor, en cada uno de los tipos de pimiento que habitualmente se cultivan en la provincia de Almería. Al respecto, José Luis Ruipérez, especialista de Cultivo de Pimiento de Rijk Zwaan, nos habló de la gama que presenta para la próxima campaña en la provincia de Almería. “Estamos trabajando principalmente en la gama de pimientos California, rojo, amarillo y naranja y al mismo tiempo con pimientos cónicos, y en Almería dentro de éstos, del tipo italiano, además del Kappia. (y Turco).

## CALIFORNIAS

En California rojo, para aquellos profesionales que hayan previsto comenzar pronto la campaña, Rijk



■ Rijk Zwaan cuenta con una amplia gama en Californias. /FHALMERIA

Zwaan cuenta con Compas RZ. Este pimiento es idóneo para realizar un trasplante desde junio hasta mediados de julio. Cumple con las exigencias que busca el agricultor, ya que “tiene una floración importante y muy precoz, en esas fechas, para la adaptación de la lucha integrada. Presenta un calibre G y doble G, con un color intenso”, asegura Ruipérez. Éste es su tercer año en el mercado

Para este mismo ciclo, Rijk Zwaan recomienda Gospel RZ. Sobre todo, es una buena opción para aquellos agricultores que deseen recolectar pimientos con calibres grandes, principalmente doble y triple G. Tiene

las mismas resistencias y las mismas características que Compas RZ, pero como aclara José Luis Ruipérez “es ideal para gente que busca ese calibre, o para zonas que, por las condiciones a los que están sometidos el cultivo, requieren de variedades que le aseguren el calibre”. Presentan resistencia a TM;0-3 y Tswv, ambas variedades.

En este mismo tipo, pero para un ciclo más tardío, concretamente para un trasplante desde mediados a final de agosto, la casa de semillas cuenta con Buleria RZ. Una variedad con un alto vigor para afrontar el desarrollo de la planta durante el

invierno. Sus frutos son de color verde oscuro y rojo intenso en su maduración, de aspecto equilibrado y de gran grosor de su pared que lo sitúa predominantemente en calibres GG. Presenta resistencia, a Tm: 0-2 y a Tswv.

Para cultivos de primavera, recomiendan Traviata RZ. “En Almería este año, aunque no es un ciclo tradicional en la zona, se ha comenzado a hacer algo de pimiento”, afirma Ruipérez. Esta variedad se adapta perfectamente a este periodo, cumple con los requisitos para un buen cuaje sin calefacción para los trasplantes de diciembre y enero. Sus frutos están bien formados con disposición en la planta y de calibre G y doble G, con resistencia a TM;0-3 y Tswv

Respecto al California amarillo, ofrecen Taranto RZ para trasplantes en junio y julio. Esta variedad es muy solicitada por su alta producción, y resistencia a Tm; 0-2. Además cuentan con Bachata RZ, una semilla introducida hace dos años. Bachata, un pimiento que aporta las resistencias, Tm: 0-3 y Tswv, su calibre es mayoritariamente G y GG.

También en amarillos, pero para un ciclo más tardío, Lirica RZ. Los técnicos lo recomiendan al agricultor que busca una planta con vigor

extra y un gran calibre, en ciclos tardíos y por sus resistencias a Tm:0-3 y Tswv.

Finalmente, en la gama de California, Ruipérez recomienda en naranja dos variedades. “Para Almería tenemos Sympathy RZ para trasplantes en el mes de julio, ya que está demostrando que pase lo que pase es muy estable, tanto en producción, calibre como calidad y Arancia, una nueva variedad que aporta una resistencia a Tm:0-3 y Tswv., es de diferente calibre, para los que lo buscan más pequeño, principalmente G, con un 30% doble “.

En pimientos cónicos, para la próxima campaña, entre las distintas variedades con las que cuentan, ofrecen al agricultor por sus buenos resultados Kappy RZ y Bellisa RZ, un tipo kappya (Turco), para trasplantes de agosto, de piel lisa y maduración en rojo. El principal mercado que demanda este tipo de pimiento es el alemán. Por otra parte, cuentan con un tipo Hungarian Wax, Century RZ para un trasplante en julio que aporta las condiciones necesarias para ciclo tardío, y resistencia a TM:0-2

José Luis Ruipérez explicó que “este año estamos en plena introducción de un nuevo pimiento para ciclo tardío, con un gran nivel de resistencia, y destaca por su uniformidad de calibre a lo largo de toda la campaña. Se trata de 35-607 RZ, un Lamuyo de buena consistencia que permite su recolección en rojo”, y de máxima resistencia Tm:0-3 y Tswv, donde la opción varietal con resistencias para el productor son muy limitadas.

## PRODUCCIÓN

# El tipo italiano gana terreno en los mercados por su rentabilidad de las últimas campañas

■ Elena Sánchez

El pimiento tipo italiano se está convirtiendo en las últimas campañas en el producto más recomendado por los expertos en el sector a los agricultores para su cultivo. Y es que, como ha matizado Andrés Góngora, secretario provincial de COAG, “llevamos unos años que el italiano está cogiendo más cuota de mercado y su fuerza en el consumidor nacional está haciendo que sea el que mejor se mantenga en las pizarras a lo largo de todo el ejercicio agrícola”.

Sin duda, lo principal a tener en cuenta y lo que interesa de un pimiento es que sea rentable y que luego dé el mejor precio. Desde siempre esto es lo que se ha estado obteniendo con el California, el pimiento que aún cuenta con



■ Los italianos tienen fuerte presencia en el mercado nacional. /FHALMERIA

el mayor número de hectáreas en la provincia de Almería, pero que de unos años hacia este tiempo es “el que peor resultado está dando”, como afirma Góngora. Para el secretario provincia de COAG, “lo bueno que tiene el italiano es que su respuesta y resultado en el mercado nacional está siendo im-

pecable, mientras que los tipos que ‘caen’ en el mercado internacional son los que más tienen que competir con otros productos”.

## MÁS BARATO

A la hora de comprar la semilla, la más barata para el productor es

la del pimiento italiano, así como también su trabajo a la hora de cultivarlo. Le sigue el Lamuyo y por detrás y como más cara es la semilla del California, destacando la del amarillo y el rojo, éste, además, produce menos con relación a su corte”.

Sin embargo existe una única pega

aún, y es en lo que respecta a la demanda. El tema es que si en algún momento todas las hectáreas que están destinadas al California se ocuparan con italianos o Lamuyos, la duda está en si “todos los kilos que se obtendrían se colocarían sólo en el mercado nacional.

Sabemos que los California no tienen problema de venderse tanto a nivel nacional como internacional, ya que es el más conocido fuera de nuestras fronteras, sin embargo, aún estamos en duda de que los otros tipos tuvieran tanto tirón en España como el California en Europa”.

Aún así, el secretario provincial de COAG ha concluido explicando que “parece ser que en los próximos años se va a comenzar a apostar por otros tipos de pimientos y no sólo por el California, ya que el objetivo es volver a conquistar a Europa, pero sobre todo poder hacer del mercado nacional uno de los clientes más fuertes con los que pueda contar la comercialización agrícola de toda la provincia almeriense”.

## EXPERIENCIA

# “Con las variedades de pimiento de Syngenta Seeds obtengo un alto volumen de producción”

ESTE PRODUCTOR LLEVA VARIOS AÑOS CONFIANDO EN LA EMPRESA GRACIAS A LOS EXCELENTES RESULTADOS

■ José Esteban Ruiz

Felipe Fernández es un agricultor de Las Norias de Daza que desde que decidió apostar por las variedades de pimiento que ofrece Syngenta Seeds, asegura que su preocupación anual para decidirse por un producto para su plantación ha desaparecido. Los buenos resultados obtenidos en los últimos años ratifican su convencimiento, y nos confiesa que continuará confiando en esta casa de semillas.

**-¿Qué calidad presentan las variedades de pimiento de Syngenta?**

-Normalmente, el calibre tiende a ser pimiento gordo, dependiendo de la variedad, con bastante dureza y firmeza y buena conservación. Estoy obteniendo un porcentaje muy alto de calibre GG, e incluso triple G. Es un pimiento que no se raya y con un aspecto exterior atractivo gracias a su intenso color rojo, su brillo y su forma cuadrada en el caso de los California.

**-¿Cómo se distribuye su maduración?**

-Son pimientos que maduran paulatinamente. La producción se reparte a lo largo de todo el ciclo. No suelen concentrarse grandes cantidades de producción en momentos determinados de la campaña, sino que el conjunto de los frutos alcanza su punto óptimo de recolección de forma progresiva.

**-¿Qué opinión tiene de la planta?**

-La planta es muy fuerte y resistente a temperaturas bajas. No suele tener problemas de enfermedades, al menos esa es la experiencia que he tenido hasta el momento. Es muy vigorosa. Además, aunque yo tengo la costumbre de destallarlas, no es del todo necesario, por lo que la mano de obra que requiere es menor. No obstante, depende de la variedad, pero generalmente, el destalle es mínimo y en momentos puntuales.

**-¿Ha cultivado Gaston y Alonso?**

-Sí claro, además con buenos

**FELIPE FERNÁNDEZ  
OCANA  
AGRICULTOR**

resultados. Alonso me proporcionó un fruto muy bueno, gran parte doble GG. Tuvo muy buen cuajado y la destallé una vez por que quise, pero estoy seguro que otros agricultores optarían por no hacerlo. El volumen de producción fue alto. De Gaston puedo decir que es una variedad muy productiva para ser un lamuyo.

**-¿Cómo se comportan las plantas en relación al control integrado?**

-Mi experiencia es magnífica. No he tenido ningún problema de plagas, puesto que la instalación de la fauna auxiliar ha sido muy buena.

**-¿Cumplen sus necesidades a la hora de ponerlas en el mer-**



## “En agosto, el California ‘Alonso’ y el Lamuyo ‘Gaston’ son la mejor opción”

Dos de las variedades de pimiento California y Lamuyo que ofrece Syngenta Seeds para la próxima campaña son: Alonso y Gaston. Ambas destacan por su productividad, resistencia a enfermedades y una excelente adaptación a la implantación del control biológico.

Alonso cuenta con la confianza de los agricultores. Es ideal para realizar su trasplante a finales de julio o principios de agosto. De planta abierta y bien ventilada, cuenta con un buen vigor y tolerancia al frío. Sus frutos son de gran calidad, de un calibre mayoritariamente G, muy firme, de color rojo intenso, pa-

red lisa y de alta uniformidad durante todo el ciclo. Presenta resistencia alta a Tm3 e intermedia a TSWV P0.

Por su parte, Gaston, es un lamuyo bien formado, de color rojo intenso y con una firmeza extraordinaria. Esta variedad desarrolla un gran vigor vegetativo, con una estructura abierta en planta que apenas requiere la realización de poda. Gaston, es muy tolerante al frío, con una floración y cuaje de alta calidad, manteniendo un buen tamaño de fruto a lo largo del ciclo. Se recomienda para trasplantes a finales de julio y principios de agosto. Tiene alta resistencia a Tm0 y PVY0-2.

**cado?**

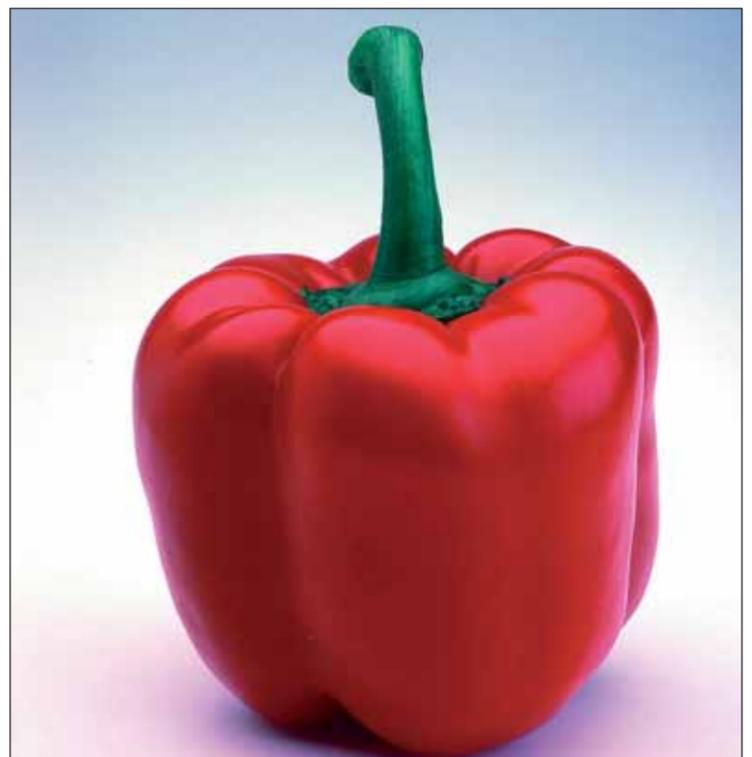
- A mí me piden un pimiento más bien gordo, y yo apuesto por las variedades de Syngenta de mayor calibre, aunque también cuenta con otras de menor tamaño. Los resultados con Syngenta son inmejorables para mí. Obtengo el fruto que busco.

**-¿Lleva mucho tiempo confiando en Syngenta?**

-En los últimos años no me planteo buscar en otra casa de semillas, puesto que estoy satisfecho con las variedades que me ofrece Syngenta. Están desarrollando buenos pimientos, con un aspecto espectacular y una calidad extraordinaria. Sin duda, con mi experiencia voy a seguir confiando en Syngenta Seeds.



■ Gaston, un lamuyo rojo intenso de gran firmeza.



■ Alonso, un California productivo de calibre homogéneo.



**Los tempranos  
que Más y Mejor  
Producen**

**Bigres Bily  
Biray Bilbo**



[www.pepperstoday.com](http://www.pepperstoday.com)

**En los cultivos tempranos,  
en calidad no nos gana nadie...  
¡En producción tampoco!**



**Passion for innovation**

Syngenta Seeds S.A.  
Hortícolas  
Zurgena, 4  
04738 Puebla de Vicar  
Almería, España  
Tel. +34 950 339 001  
Fax +34 950 554 140

## GUSTOS

# Los California siguen liderando la demanda del tipo corto almeriense en toda la Unión Europea

EL TIPO LAMUYO SE CONSUME MÁS EN EL TERRITORIO NACIONAL ADEMÁS DE EN LAS ZONAS MERIDIONALES DE FRANCIA E ITALIA

■ Rafa Villegas

La globalización está llegando también a los gustos culinarios y en la actualidad ya no existe tanta diferencia, como ocurría antaño, en las preferencias de cada país respecto al calibre de pimiento que demandan. Así, cada vez son más los que se decantan por un tamaño más pequeño, especialmente el G, si bien es cierto que entre los comerciales consultados hay quien considera que el doble G no sólo no tiene los días contados, sino que aún prevalece en la mayoría de los mercados de destino.

## VARIEDADES

Lo que sí está claro es que prácticamente la totalidad del pimiento Lamuyo que se produce en la provincia de Almería tiene como mercado de destino el nacional, mientras que las variedades de tipo California sí se exportan también a la mayor parte de los países que componen la Unión Europea. Existen, no obstante, algunas excepciones. Y es que, como ha explicado el director comercial de la SAT ejidense Nature Choice, Manuel Arévalo, “el Lamuyo también se demanda en zonas muy puntuales, especialmente en el sur de Francia y en el de Italia”.

Con respecto al pimiento italiano su demanda sigue siendo fundamentalmente nacional, aunque,



■ El pimiento variedad tipo California lidera la demanda europea, aunque varían los calibres según el mercado de destino. / FHALMERIA

como ha explicado Sergio Rubio, comercial de Ejidomar, “desde que se cultiva el pimiento dulce Ramiro se está logrando introducir este producto a mercados de destino internacionales como el holandés, el británico, así como el alemán, entre otros. Va a ser, con toda seguridad un producto que tenga mucha más salida aún en el futuro”.

En cuanto al California, está muy extendida la demanda del Flow Pack, que contiene tres piezas, ya sean del mismo color, de dos colores o, como suele ser habitual, tricolor. El principal consumidor de este producto envasado es el país teutón, aunque también se recibe

demanda de otros mercados, como es el caso del polaco.

En lo que también coinciden tanto Sergio Rubio como Manuel Arévalo es en que la tendencia actual es a vender cada vez menos a granel y más pre-packing.

## CALIBRES

Con respecto a los calibres, Alemania suele ser un fiel consumidor de G, normal sobre todo si se tiene en cuenta la gran demanda de tricolor que realizan a la provincia almeriense. Este formato suele presentar un peso aproximado de medio kilo.



■ Alemania es el principal consumidor de Flow-Pack tricolor. / FHALMERIA

## PREFERENCIAS

### En el Reino Unido venden por piezas y se decantan por un producto más pequeño

■ R. V. A.

La mayor parte de los pimientos que demandan a la provincia de Almería desde el Reino Unido son, como en el resto de países de la Unión Europea, los de la variedad tipo California. La particularidad de este mercado de destino reside en el calibre que solicitan. Y es que, además del G, también se decantan por uno

aún más pequeño, como es el calibre M.

Así, uno de los formatos que más gusta a los británicos, como ha confirmado Sergio Rubio, comercial de la Sociedad Cooperativa Andaluza Ejidomar, “son unas bolsas que contienen entre siete y ocho pimientos pequeños, del calibre M”.

El incremento de la demanda de calibres más pequeños, como es el caso del G y del M, está haciendo

que, como ha explicado Rubio, “intentamos que los agricultores socios de nuestra cooperativa siembren cada vez variedades de esos tamaños”. Y es que si se tiene en cuenta que dos de los mercados de destino de los pimientos almerienses, como son el británico y, sobre todo, el alemán, se decantan más por esos calibres, éstos son, sin lugar a dudas, los que tienen mayor salida.

Otros mercados de destino que se suelen decantar especialmente por calibres más pequeños, como el G, son, además del Reino Unido, que merece mención aparte por su singularidad, todos los escandinavos, es decir, Dinamarca, Suecia y Noruega.

Cabe recordar que se considera calibre G, como ha explicado el director comercial de la SAT Nature Choice, “a aquellos pimientos que presentan un diámetro de entre 70 y 90 milímetros”.

El auge del tamaño G se debe, principalmente, como ha explicado Manuel Arévalo, “a que en la mayoría de los países se vende por piezas y no por peso, por lo que se prefiere este calibre que tiene una muy buena apariencia en las cajas y un mayor número de pimientos”.

El doble G, por su parte, aún se demanda por parte de la población turca que reside en Alemania, además de en Finlandia, donde aún se vende por kilogramos y no por piezas.

## COMERCIALIZACIÓN

# La mayor parte de las exportadoras apuestan por Lamuyo y California como principal oferta

ENTRE TODAS LAS EMPRESAS, SÓLO LA PASADA CAMPAÑA SE INGRESÓ MÁS DE 525.582.000 EUROS SUBIENDO SU VALOR

■ Elena Sánchez

El 90 por ciento de las empresas de la provincia almeriense apuestan cada año por el pimiento como la principal hortaliza para exportar a los países internacionales. Las cifras de este producto tanto en volumen de producción como de comercialización aumentan entre las comercializadoras, de igual modo que la demanda, puesto que cada vez son más los países que toman Almería como su proveedor de pimiento. Ante esta acción, sólo en el Poniente almeriense existen más de 50 entidades que trabajan con este producto, que en la campaña 2007/2008 llevó a que se contabilizara un mayor aumento del valor de la comercialización situándose



■ Más de 50 comercializadoras trabajan con pimiento en todo el Poniente de la provincia. /FHALMERÍA

en 525.582.000 euros, una cantidad bastante superior a la de un año antes que contabilizó 460.218.000 euros. Este incremento se debió sobre todo a la mejor aceptación que tuvo en los distintos mercados europeos, lo que lleva a que sean ya

tres las campañas consecutivas de crecimiento.

De manera más concreta, resulta necesario nombrar a las comercializadoras que tienen una actividad más fuerte con el pimiento, como puede ser la SAT Agroiris,

que sólo ella comercializó el año pasado 40 millones de kilos de pimiento siendo la primera entidad que más kilos de esta hortaliza mueve en toda la provincia de Almería. Del mismo modo, cifras altas son las que también maneja en este caso

Nature Choice, que a través de su director comercial, Manuel Arévalo, ha dado a conocer que en la presente campaña se está trabajando con un volumen de producción de 11 millones de kilos. Por su parte, en lo que respecta a la facturación de la entidad ejidense, del presente año no se tienen aún cifras exactas, pero Arévalo sí ha informado que "en la campaña pasada superamos los doce millones y medio de euros, pero estamos casi seguros de que este año el nivel de ingresos va a ser menor, puesto que los precios de este ejercicio han sido más bajos".

## OTRAS EMPRESAS

También, Agrupaejido, Agropointe, Agroejido, Ejidomar o Murgiverde, entre otras muchas de la lista de comercialización, son las entidades que más cantidades de pimiento, en todas sus variedades, manipulan a lo largo de la campaña agrícola, ya que sus pedidos se dirigen a varios países de Europa, aunque los principales son Alemania, Francia, Países Bajos o Reino Unido. Clientes que, además, cada año muestran más la confianza a los agricultores de la provincia por su alto nivel de competencia y calidad dentro de las explotaciones agrarias.

Pimientos California
Seminis

# Velero y Traiña Rumbo Seguro

Velero y Traiña de Seminis, son las variedades para temprano que destacan sobre todo por su gran calidad, su productividad y su máximo nivel de resistencias, que facilita el cultivo con Control Biológico. Esta campaña elige el Rumbo Seguro.

© 2009 Monsanto Agricultura España S.L. All rights reserved.

A division of MONSANTO

## I+D



■ Vista interior de un laboratorio científico. / FHALMERÍA

## Los laboratorios dedican sus estudios a la mejora de los cultivos y control de plagas

■ E. Sánchez

Los laboratorios de la provincia almeriense tienen como una de sus principales tareas el estudio de la mejora de los cultivos o el control de plagas que afectan a la producción de pimiento. En este sentido, durante las campañas 2007-2008 y 2008-2009 son varios los proyectos que entidades como IFAPA, la Fundación Cajamar, entre otras, están desarrollando para beneficiar a los agricultores a la hora de iniciar sus cultivos. Entre estos proyectos destacar el conocido como 'Protocolo de actuación para el ajuste de la fertilización nitrogenada en cultivo de pimiento en invernadero' con el objetivo de facilitar a los técnicos de campo y agricultores un protocolo de actuación destinado a reducir la acumulación de fertilizantes nitrogenados en el agua y el suelo y a mejorar la calidad de las cosechas. Con todo ello, los resultados ofrecerán a técnicos y agricultores una propuesta de actuación asequible a las condiciones del sector hortícola almeriense, que les permitirá cumplir con las obligaciones derivadas de la actual legislación sin ver perjudicada la productividad de sus cultivos.

Por otro lado, el estudio del control de plagas como el trips es uno de los objetivos principales que tienen marcados los distintos laboratorios que ejercen en la provincia. De ahí, a que la entidad Biobest haya finalizado un proyecto conocido como 'Control de trips en pimiento mediante nematodos entopatógenos frente al control químico' y que concluyó que en la primera fase del cultivo, donde los niveles de trips son bajos, se podrían ahorrar tratamien-

tos químicos, ya que ambas estrategias tienen una incidencia muy parecida en la población de trips. No se encontraron diferencias estadísticas a nivel de producción entre los dos tratamientos. No obstante sí se observó una proliferación espontánea de enemigos naturales en el cultivo de pimiento con control con nematodos, lo que indica que esta técnica puede ser una buena estrategia si se combina con la suelta de enemigos naturales.

Sin duda, muchos estudios que cada día ayudan a que el sector de la I+D se esté convirtiendo en un gran pilar dentro de la agricultura para fomentar la innovación y las nuevas formas que llevan a una práctica agrícola más cercana a las exigencias de los clientes y consumidores. Prueba de ello, es el estudio realizado sobre Reducción de la lixiviación de nitratos en cultivo de pimiento en suelo enarenado mediante el ajuste del nitrógeno y volumen de riego aportados', que tenía como objetivo la evaluación de una estrategia de manejo, para el pimiento, basada en las extracciones del cultivo, desarrollando y evaluando un modelo matemático simple para los aportes de nitrógeno y riego.

Estos y otros muchos ensayos entre empresas públicas y privadas cuentan con la colaboración tanto de ayuntamientos como de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía y están motivando el buen hacer y los resultados rápidos para permitir la puesta en marcha de los mismos a los agricultores dentro de su propio invernadero. Además, temas como la refrigeración, el mastranzo o los pesticidas también engloban al mundo científico.

## CAMPANA ACTUAL

## La plantación de pimiento cuesta más de 6.000 euros

ENTRE GASTOS DE SEMILLAS Y EL IVA QUE NO RECUPERA EL AGRICULTOR, SU CULTIVO LLEGA A SER UN GRAN LUJO

■ Elena Sánchez

Los costes de plantación de una hectárea de pimiento vienen costando al agricultor en esta campaña alrededor de 6.000 euros, según los datos que ha dado a conocer el presidente de Suca, Cristóbal Barranco. Y es que, las cifras que se ponen sobre la mesa están afirmando que una hectárea de pimiento necesita 20.000 plantas, es decir, 2 plantas por metro cuadrado. Teniendo esto en cuenta y que la venta al público de la semilla tipo California y lamuyo suponen 270 euros por cada mil semillas, las cifras se multiplican dando como resultado principal 5.400 euros de gastos para el productor.

Por otro lado, a estos desembolsos, hay que añadir el trabajo adicional que lleva a cabo el semillero para colocar la semilla en el plantón, lo que supone un coste adicional de 4,5 céntimos de euro por semilla que multiplicado por esas 20.000 plantas dan un total de 600



■ Lo normal es que una hectárea tenga 20.000 plantas. / FHALMERÍA

euros que sumados a los 5.400 del principio dan como resultado los seis mil euros que tiene que pagar el productor sólo por plantar el pimiento en su invernadero.

Sin embargo, son otros los pagos que a partir de ahí también se tienen que realizar, como la desinfección y abono del terreno, el blanqueo o la suelta de insectos, la cual está saliendo por 0,45 céntimos por

metro, es decir, 4.000 euros por hectárea. Finalmente, el presidente de Suca ha informado que después de conocer estos datos, se tiene estimado que "para poder obtener algún beneficio neto al final de la campaña, en este caso, el kilo de pimiento se tendría que vender a unos 0,70 céntimos por kilo, y aún así, probablemente se quede con ingresos cero al final del año".

## CONSUMO

## La V gama introduce sus 'delicias' en mercados y tiendas gourmet

■ E. S. G.

Los productos de V gama elaborados a través de hortalizas de la provincia almeriense cada vez están más catalogados como 'delicias gourmet' que abren una nueva línea de mercado a los amantes de la alta restauración. En este sentido, los productores de Almería han comenzado a sacar al mercado este tipo de alimentos exquisitos al paladar. Así, cabe destacar la oferta puesta en el mercado por parte de La Gergaleña, entidad almeriense que se dedica a la elaboración de dichos productos.

En primer lugar destacar aquellos que están hechos de manera artesanal como el coulis de pimiento realizado a través de trozos de pimiento asado al carbón y propio para acompañarlo con aperitivos, carnes o pescados.



■ Productos elaborados artesanalmente por La Gergaleña. / FHALMERÍA

Por otro lado, destacar la trilogía de pimientos o los pimientos asados, platos que se preparan en pocos segundos y que se acompañan con calidad. Del mismo modo, en el apartado de confituras se encuentra la de pimiento rojo, verde

o amarillo elaborado a través de reducción de producto junto con jugo de limón. Sin duda, productos novedosos que llevan la misma calidad y vitaminas que una hortaliza normal, pero que sirven abrir líneas y modos de comercialización.

## NOVEDADES

# Las variedades de Seminis se adaptan al cultivo almeriense y a las técnicas de control biológico

VELERO Y TRAIÑA SON PARA CULTIVOS TEMPRANOS, AIFOS PARA CICLO MEDIO, MIENTRAS QUE DARSENA ES TARDÍO

■ Rafa Villegas

La casa de semillas Seminis oferta una amplia gama de variedades de pimiento tipo California para la próxima campaña hortofrutícola. Todas ellas se adaptan a la perfección al control integrado durante todo el ciclo de cultivo, un factor muy importante, sobre todo si se tiene en cuenta que este año el 100% de la producción de esta hortaliza se ha tratado con lucha integrada en la provincia almeriense.

Entre la oferta de Seminis cabe reseñar la recomendación de la plantación de las marcas comerciales Velero y Traiña para cultivos tempranos; así como Aifos, que se adapta mejor al ciclo medio y, finalmente, Dársena, que es ideal para plantaciones de ciclo tardío.

Las cuatro variedades comerciales de Seminis garantizan resistencia al Tobamo (P0, 1, 2, 3), L4 además de al TSWV (P0), lo



■ Aifos es una variedad de tipo California que se adapta perfectamente al ciclo medio. / FHALMERÍA

que es un factor que las hace más que atractivas.

Tanto Velero como Traiña son variedades híbridas de pimiento tipo California de maduración en rojo e ideales para plantaciones de ciclo temprano en invernadero en Almería. Son plantas equilibradas, de entrenudos cortos, vigor medio y estructura abierta, lo que facilita su poda y cuajan en condiciones de alta temperatura.

Los frutos de Velero son de calibre G-GG (90 mm.) y presentan un peso de 200 gramos, de pared gruesa y muy firmes. Presenta frutos muy uniformes, tanto en tamaño como en forma, con predominio de los cuatro cascos y forma cuadrada. Tiene un excelente color tanto en verde como en rojo en la maduración. Presenta una fácil recolección con pedúnculo. Desde Seminis recomiendan su

plantación entre los meses de junio y julio.

El fruto del Traiña, por su parte, ofrece un calibre G-GG, de unos 85 mm. y un peso de unos 190 gramos con una buena firmeza. Además, destaca por la gran uniformidad de sus frutos en cuanto a tamaño y forma, con un buen color tanto en verde como en rojo. La variedad destaca, asimismo, por su producción y calidad de

frutos en temprano y es de fácil recolección con pedúnculo. La fecha ideal para su plantación es entre finales del mes de junio y los últimos días de julio.

Dársena, por su parte, es una variedad de California de maduración en rojo, adaptada a plantaciones de ciclo tardío y que presenta una planta de entrenudo medio, vigorosa y de estructura abierta, lo que facilita su cultivo en entutorado tradicional y poda holandesa. Cuaja bien con el frío y, gracias a que mantiene una floración continua, se adapta al frío.

Los frutos del Dársena son de calibre G-GG (de 80 a 95 mm.) y unos 190 gramos de peso, con pared gruesa y muy firmes. Son, además, uniformes tanto en tamaño como en forma, con predominancia de cuatro lóculos y forma trapezoidal. Presentan un color verde oscuro y un atractivo color rojo en maduración.

Aifos, finalmente, es un California de maduración en rojo. Su planta, con entrenudos cortos, tiene pocos tallos laterales, vigor medio y estructura abierta. Sus frutos son de calibre G-GG de 85 a 95 mm. y unos 200 gramos de peso, pared gruesa y excelente tanto en verde como en rojo.

## CLIMATOLOGÍA

## Agricultores plantean plantas más vigorosas que puedan resistir más las condiciones de frío

■ Elena Sánchez

El frío que ha reinado prácticamente durante todo el invierno en la provincia de Almería ha hecho que los agricultores se planteen nuevas formas para que los productos puedan resistir mejor a las bajas temperaturas. De ahí, a que se esté planteando la solicitud de semillas que sean más vigorosas, es decir, que se adaptan mejor a las condiciones adversas, para que el cultivo salga adelante en el ejercicio agrícola sin problemas aparentes. En este sentido, Francisco Vargas, presidente de ASAJA-Almería ha explicado que la solución más rápida sería "la utilización de este tipo de semillas, sin embargo, nos estaríamos arriesgando, ya que si plantamos una semilla más vigorosa y luego nos llega un invierno caluroso estaremos mer-



■ La semilla es la parte más importante en la actividad de un agricultor. / FIRMA

mando considerablemente la producción". Por este motivo, Vargas ha añadido que "debemos de saber claramente lo que tenemos que decidir para no cometer errores". Lo que sí tienen seguro desde el sec-

tor productor es que piden semillas que toleren las plagas y virus, así como que tengan un alto grado de calidad. Además, el presidente de ASAJA-Almería ha añadido que "lo último en necesidad es una

planta que necesite menos nutrientes y poca cantidad de agua para poder validar los costes. Con todo ello, las casas de semillas ya están trabajando en ello y esperamos soluciones a corto plazo".

## MERCADO

## Nuevos tipos con sabores más dulces de lo habitual

■ E. S. G.

El mercado exige innovar continuamente y eso es lo que se está haciendo en el sector agrícola. Con el objetivo de mejorar en el sabor del pimiento, Andrés Góngora, secretario provincia del Coag, ha informado que en esta campaña se ha comenzado a dar a conocer dos nuevos tipos de pimiento. Ambos con sabores más dulces de lo habitual, ya que, según Góngora, "de un tiempo a esta parte, el consumidor mira más el sabor que el color o el tamaño". Así, las nuevas tendencias van hacia una forma más corta y picuda y que son más consistentes, no se aflojan y se encuentran en rojo, verde, amarillo y blanco.

## OTROS PRODUCTORES

## Holanda e Israel mantienen su posición de competidores de la producción almeriense

■ R. V. A.

El cultivo de pimiento se hizo aún más fuerte en la provincia de Almería la pasada campaña agrícola, mientras que en el conjunto nacional se produjo una reducción del volumen vendido del 6,4%, aunque también con un incremento de los precios y el valor.

Además, según se desprende del completo Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería 2007/2008 realizado por el Servicio de Estudios de la Fundación Cajamar, Holanda sigue siendo el principal competidor almeriense en pimiento, con un volumen de producción alcanzado, la pasada campaña, de 236.048 toneladas, por un valor de 503.064.000. Ello supone un descenso del 2% en producción respecto a la anterior, así como una bajada del 5,95% en valor. No obstante, pese a la disminución, continúa manteniendo unos precios medios superiores a los del conjunto de la Unión Europea de los 27.

En segunda posición se ha situado como país competidor de pimiento de la provincia almeriense Israel, uno de los merca-

dos de origen de esa hortaliza que, sin lugar a dudas, más inquietan y preocupan al campo provincial en los últimos años. Y es que, en la pasada campaña el país hebreo logró aumentar en un 1,06% su producción, hasta alcanzar las 84.436 toneladas, si bien es cierto que su producción de pimiento sufrió un brusco descenso en valor, concretamente del 28,80%, con lo que se situaron en 122.399.000 euros.

### CRECIMIENTO BRUSCO

El país que sí ha logrado aumentar considerablemente su producción de pimiento y que obtuvo más valor que en la pasada campaña con respecto a la 2006/2007 fue Marruecos. El país alauita, si bien aún supone sólo el 10% de España, ya ha superado a Turquía en ventas y se perfila, como se recoge en el Informe de Cajamar "como un competidor de poder creciente a largo plazo en este producto".

Marruecos produjo 45.359 toneladas de pimiento, un 34,59% más, por un valor de 55.386.000 euros, un 90,28% más. Le siguen Turquía, Bélgica y Egipto.

## DESTINO

## Más del 90% del tipo corto se consume en la Unión Europea

SON LOS DATOS DE LA CAMPAÑA 07/08 DE LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS Y QUE PERTENECEN A COEXPHAL

■ Rafa Villegas

El pimiento es, sin lugar a dudas, uno de los productos, junto al tomate, más demandados a la provincia de Almería por varios países de la Unión Europea (UE). No obstante, entre Alemania, Holanda, Reino Unido y Francia se llevan en torno al 70% de la producción total. De los países europeos que no pertenecen a la UE destaca la compra de esta hortaliza por parte de Suiza, mientras que fuera del territorio continental europeo cabe destacar, aunque aún suponen unas ventas residuales, los dos países más importantes de América del Norte, como son Canadá y Estados Unidos.

Aparte de Alemania, que bien merece un capítulo aparte por su importancia, según los datos de la Memoria de la campaña hortofrutícola de Almería 2007/2008 de COEXPHAL, Holanda es el segundo país que más adquirió



■ Decenas de camiones salen a diario hacia Alemania. / FHALMERÍA

producto de la provincia, concretamente 28.790.366 kilogramos o, lo que es lo mismo, el 19,6% del total.

Reino Unido también destaca en la tercera posición de importadores de pimiento almeriense de los productores que comercializan a través de alguna empresa asociada a COEXPHAL con la compra de un total de 15.277.659

kilos, representando el 10,4% del total. Nada despreciable es, asimismo, la cantidad de pimiento de la provincia que adquirió la pasada campaña el país galo. Así, Francia adquirió un total de 14.046.332 kilogramos, un 9,56% del total. Italia representó el 6,25% de las compras, Bélgica el 3,5%, Suiza el 2,61, así como Polonia el 2,46 y Finlandia el 1,81%.

## LÍDER

■ R. V. A.

Para la inmensa mayoría de las comercializadoras almerienses, especialmente de la Comarca de Poniente donde se produce la mayoría del pimiento provincial, si se les pregunta cuál es el principal cliente de este producto no tienen ninguna duda y responden que es Alemania. Y es que el país teutón, pese a ser en su territorio donde se localizaron dos partidas con Isofenfos metil, ha valorado positivamente el cambio que se ha realizado hacia una agricultura más acorde con el medio ambiente.

Alemania representa aproximadamente un tercio del total de pimiento exportado en la campaña anterior, la 2007/2008. Por poner un ejemplo, para las comercializadoras que están asociadas a la Asociación Provincial de Empresarios Cosecheros Exportadores de Productos hortofrutícolas de Almería (COEXPHAL), y que representan en torno al 65-70% del total almeriense, el país centroeuropeo representa el 31,98%

## Alemania se lleva casi un tercio del pimiento que produce la provincia



■ En el país teutón se celebra Fruit Logistica, la feria hortofrutícola más importante del mundo. / FHALMERÍA

del volumen total exportado en ese periodo.

Concretamente, las empresas asociadas a COEXPHAL exportaron a Alemania un total de 46.971.716 kilogramos de pi-

miento en la campaña pasada. De este modo, el país germano mantiene un sólido liderato en importación de esta hortaliza procedente de la provincia almeriense, con una gran ventaja respecto al res-

to de países que adquieren también este producto del resto de la Unión Europea.

La importancia de este país como importador de pimiento almeriense hace que presente algu-

nos aspectos negativos, en el sentido de que tiene mucho que ver con los precios de venta del pimiento. Así, por ejemplo, en este ejercicio, si bien los precios de todas las variedades de pimiento están cotizando mucho más bajo que lo hicieron en la campaña pasada, cuando consiguió proclamarse como producto estrella, en esta la variedad que se envía práctica y exclusivamente a la zona central de Europa y no al territorio nacional, se está vendiendo más barata. Ésta es el California, tanto verde, como rojo y amarillo, principalmente.

Por el contrario, las variedades que tienen demanda tanto nacional como internacional, como son los italianos, tanto rojos como verdes, así como los lamuyos, sí han tenido algo más de aceptación y, aunque bajos, han conseguido mantener unos precios algo más elevados.

Con los datos de importación de productos hortofrutícolas almerienses por parte de Alemania queda más que claro la importancia que tiene ese mercado.

## FUTURO

## El objetivo es alcanzar el 100% de la superficie con control integrado

■ Isabel Fernández

El cultivo de pimiento fue el primero en hacer uso de la lucha integrada para combatir las plagas en la provincia y, a día de hoy, es el que tiene el mayor número de hectáreas de cultivo bajo este método. En esta campaña 2008-2009, según datos de la Delegación Provincial de Agricultura, son más de 6.000 las hectáreas en producción con la ayuda de fauna auxiliar o lo que es lo mismo, casi el 75 por ciento de la superficie total. Sin embargo, la cosa no se va a quedar ahí, ya que el objetivo último es que todo el pimiento almeriense se haga con control integrado de plagas. Los pasos dados en este sentido han sido muchos y, sobre todo, agigantados.

De hecho, si en la campaña 2005-2006 eran apenas 51 las hectáreas que se cultivaban con la ayuda de fauna auxiliar, en la 2007-2008 eran más de 4.000 y, en la actual, 2.000 más. Este aumento progresivo avalla la tesis de que ya no hay vuelta atrás para el sector productor de



■ Pimientos. / FHALMERÍA

hortalizas de la provincia almeriense y, aunque la hubiera, serían muy pocos los agricultores que volverían al método tradicional de cultivo.

Sólo durante la campaña pasada, el 97 por ciento de las hectáreas que entonces se cultivaron con fauna auxiliar alcanzaron un rotundo éxito. Esta campaña, la 2008-2009, supuso un punto de inflexión para la agricultura almeriense, puesto que, quienes aún no se habían decidi-

do a dar el 'gran salto' hacia el nuevo método de control de plagas, finalmente, disiparon todas sus dudas y, a día de hoy, aportan su particular granito de arena al nuevo 'milagro almeriense'. El carácter intensivo de la agricultura de Almería, unido a las sucesivas restricciones en la utilización de fitosanitarios, trajo consigo la necesidad imperiosa de cambiar los métodos de cultivos y los agricultores de la provincia, una vez más, no tardaron ni un segundo en aceptar y asimilar el cambio.

Por municipios, El Ejido está a la cabeza en superficie cultivada con fauna auxiliar y, de hecho, el 100 por cien de sus hectáreas se producen de este modo. Sin embargo, no es el único. Adra, Vícar, La Mojonera, Roquetas de Mar o Níjar, también han dado el paso hacia esta producción más respetuosa con el medio ambiente. El perfil del consumidor ha cambiado y, con él, el del productor que, para seguir estando en el mercado, ha optado por unos alimentos más sanos y sostenibles ambientalmente.

## FAUNA AUXILIAR

## El *Amblyseius swirskii* y el *Orius laevigatus* combaten las plagas perfectamente

■ I. F. G.

El *Amblyseius swirskii* y el *Orius laevigatus* son los depredadores naturales más utilizados en el cultivo de pimiento y, además, están dando muy buenos resultados. El primero de ellos se emplea, fundamentalmente, para combatir la mosca blanca, mientras que el segundo es muy efectivo en la lucha contra el trip. Una y otra son las dos plagas más temidas por los agricultores almerienses, aunque, en los últimos años, han encontrado en el *A. swirskii* y en el *Orius* dos enemigos muy difíciles de vencer.

Con respecto al *A. swirskii*, éste es un ácaro fitoseido que se alimenta de los huevos de la mosca blanca o, en su defecto, de sus larvas. Aunque su utilización está especialmente recomendada para el cultivo de pimiento, también ha demostrado

ser un gran depredador de mosca blanca en berenjena, pepino, melón, calabacín, sandía e, incluso, en fresas. Gracias a él, se podría decir que el control integrado en pimiento ha sido posible.

Junto a él, el *Orius laevigatus* es el segundo gran depredador empleado en este cultivo, aunque, en este caso, para eliminar el trip. A diferencia del *A. swirskii*, el *Orius* es capaz de controlar grandes cantidades de trip tanto en su estado de larva como adulto. Asimismo, y a la vez que combate el trip, también ha demostrado ser muy eficaz para luchar contra lepidópteros, arañas rojas, pulgones y, en ocasiones, puede 'echarle una mano' al *A. swirskii* en su particular 'combate' con la mosca blanca. Ambos depredadores se adaptan perfectamente a las condiciones del invernadero y, cómo no, a la planta.

# Gospel RZ<sup>®</sup>

Híbrido F1<sup>®</sup>  
Máximo calibre



# Compas RZ<sup>®</sup>

Híbrido F1<sup>®</sup>  
Floración Precoz





Cuenta con nosotros,  
**en todos los  
campos.**

Porque en Cajamar trabajamos contigo para conseguir los mejores resultados. Día a día, a tu lado para que tus proyectos den los mejores frutos y alcances tus objetivos en todos los campos.



901 511 000  
[www.cajamar.es](http://www.cajamar.es)



# Empresas

CONGRESO

## El VI Meeting Bouquet de Anecoop tuvo como ejes vertebradores la sandía sin pepitas y el caqui

DESTACADAS PERSONALIDADES ACUDIERON A LA CITA EN LA CIUDAD DE VALENCIA, COINCIDIENDO CON VARIAS FERIAS

CIA

El primer operador español de frutas y hortalizas frescas ha reunido en Valencia a más de 350 personas procedentes de 21 países entre operadores de la gran distribución alimentaria europea, importadores, cooperativistas y prensa especializada del sector agroalimentario. El objetivo de este Congreso es perfilar las principales líneas estratégicas de Anecoop para los próximos años, que pasan por profundizar en la fórmula del liderazgo de Anecoop basada en la concentración y en la integración así como en el respaldo del valor de la marca Bouquet, una marca reconocida en el circuito internacional por la distribución, por la prensa especializada y por el consumidor final.

El presidente de Anecoop, Juan Safont, ha asegurado que el propósito de Anecoop ha sido generar interés entre las cooperativas y la gran distribución. "Queremos profundizar en nuestro modelo



Directivos de cooperativa de segundo grado ANECOOP.

empresarial, basado en la unidad de acción comercial de las cooperativas en el mercado y la integración de productos diferenciados bajo una misma marca, donde Anecoop controla todo el proceso: desde la producción hasta la comercialización".

El VI Meeting Bouquet se ha dividido en dos partes: una cena de bienvenida el día 27 de abril, que tuvo lugar en L'Hemisfèric en la Ciudad de las Artes y las Ciencias y unas sesiones técnicas que se ce-

lebraron el día 28 en el Centro de Eventos de Feria Valencia. En él participaron ponentes de la talla de Eduardo Primo Millo y Gerardo Llácer, profesores de Investigación del Centro de Citricultura y Producción Vegetal del IVIA; Eduardo Baamonde, director General de la Confederación de Cooperativas Agroalimentarias de España, Roberto Della Casa, profesor de Marketing y Gestión de Empresas Agroalimentarias de la Universidad de Bolonia (Italia) y

las doctoras María Montaña Cámara y María de Cortés Sánchez Mata, ambas profesoras de la Facultad de Farmacia de la Universidad Complutense de Madrid, entre otros.

Por parte de Anecoop participaron también en estas sesiones de trabajo, el director General, José M<sup>o</sup> Planells; Miguel Abril, director General de Anecoop France; Joan Mir, subdirector General en el Área de Gestión y Estrategia; Ferrán Cabrera, director General

### Las hortalizas centraron la ponencia de Miguel Abril

Una de las ponencias que llamó más la atención fue la que llevó a cabo el director General de Anecoop France, Miguel Abril Nevot, quien la tituló: 'Hortalizas Bouquet: Historia de una Sinergia'.

En la misma, Abril Nevot hizo un repaso por todas las etapas que ha vivido Anecoop, desde su nacimiento como Agrupación Nacional de Exportación de Cooperativas Citricolas, en 1979, al rápido crecimiento de los años '80, pasando por la apertura de las oficinas de Almería, Murcia o Sevilla; así como el comienzo de comercialización de la sandía Bouquet, en la campaña 1991-1992.

Cabe destacar que Anecoop comercializa más hortalizas que cítricos o frutas.

### Puesta de largo del nuevo Grupo Empresarial del 'Kaki Persimon'

Uno de los puntos fuertes del programa fue la presentación del Grupo Persimon de Anecoop, un nuevo Grupo Empresarial que posibilitará la integración en la comercialización del Kaki Persimon, en el que participan ya 14 cooperativas socias de Anecoop.

La celebración de este Congreso coincidió con dos de las ferias más representativas del sector que tienen lugar en las mismas fechas en Valencia: Euroagro.Fruits y Vinoélite, en las que Anecoop también estuvo presente como expositor. Asimismo, los días 28 y 29 se celebró en Feria Valencia el

Congreso Internacional de Frutas y Hortalizas Frescas (Fresh Congress) en el que intervino Joan Mir, Subdirector General de Anecoop del Área de Gestión y Estrategia, en una mesa redonda que trató sobre la aplicación de la innovación para el éxito comercial.

Actualmente el Grupo Anecoop cuenta con una estructura de 16 empresas distribuidas por toda Europa, de las que 7 filiales y empresas participadas están ubicadas fuera de España. Su sede principal está en Valencia y cuenta con tres delegaciones en Murcia, Almería y Sevilla. Esta red comer-



Anecoop apuesta firmemente por la comercialización de su 'Kaki'

cial consta de las siguientes empresas: en Francia, Anecoop France e International Fruit Service (IFS); en Reino Unido, Fesa U.K.; en Holanda, 4 Fruits Company; en Polonia, Anecoop Polska; en

República Checa, Anecoop Praha y en Rusia, Anecoop Russia. Además Anecoop ha ampliado su red logística con nuevos almacenes en Francia, Inglaterra y Eslovaquia.

de Anecoop Praga; Jean-Luc Anglés, director Comercial de Anecoop France; Piedad Coscollá, responsable de Márketing Comercial e Imagen Corporativa de Anecoop; Ignacio Juárez, director Unidad Comercial Norte; Ángel del Pino, director de Producción y Desarrollo; Juan Carlos Bolta, subdirector Comercial; José Escoms, director Unidad Comercial Centro y Marco Fernández, director de la Oficina de Andalucía.

Estas sesiones se han organizado en dos bloques temáticos: uno técnico y comercial y un segundo bloque más estratégico. El primero de los bloques, el técnico y comercial, trataron temas como el Kaki, aspectos técnicos y estrategia comercial, hortalizas, cítricos y sandías. El segundo bloque abordó la definición de Bouquet, su marca, concepto y estrategia.

## INNOVACIÓN

## PRODUCCIÓN Y CALIDAD

## Cristalplant ayuda al agricultor a obtener mayor rentabilidad

La introducción del injerto en la producción de tomate, no sólo en la provincia, sino a nivel nacional, e incluso internacional, es una tendencia que ya no tiene vuelta atrás y Francisco Escobar, gerente de Cristalplant, tiene muy clara la razón. “Los agricultores se han trasladado al injerto porque, al final, obtienen más rentabilidad”, afirma. En este sentido, Escobar explica que, gracias al empleo de injertos, “se obtiene más producción y más calidad” y, por tanto, los beneficios también son mayores. Asimismo, comentó que la utilización de ‘portas’ es, a día de hoy, esencial para luchar contra nematodos y enfermedades del suelo y, por ello, “diría que casi el 70 por ciento del tomate ya es injertado”.



## NO HAY SUELOS IMPOSIBLES



## Soluciones para todo tipo de suelos

Juan Antonio Hurtado, responsable técnico de Saliplant, afirma que “hay fincas en las que es imprescindible el uso de portainjertos” para poder sacar adelante la producción. En este sentido, indica que, a la hora de elegir un pie u otro, hay que tener en cuenta una serie de parámetros como, por ejemplo, los principales problemas del suelo en el

que se desea plantar o los incidentes puntuales que puedan llegar a darse. En cualquier caso, apunta que “nunca hay problemas para encontrar un ‘porta’ adecuado”. En Saliplant están convencidos de que el injerto es el presente del cultivo de tomate pero, sobre todo, el futuro y, de hecho, para la próxima campaña prevén aumentar un 25% su utilización.

## RESPUESTAS PARA TODOS

## Almeriplant ‘enraíza’ cualquier variedad del cultivo de tomate

Aunque hay más variedades de tomate que portainjertos, desde Almeriplant aseguran que “todos son compatibles con cualquier tomate”. De hecho, su responsable técnico, Prudencio Granero, afirma que, en los diez años que llevan injertando tomate, nunca han tenido ningún problema a la hora de elegir un pie para una variedad concreta, puesto que “los que hay responden a la demanda”. En todo este tiempo, además, indica que la evolución en su semillero de la utilización de injertos ha sido progresiva y, así, para la próxima campaña, aunque aún no sabe en qué porcentaje exacto, de lo que sí está seguro es de que “vamos a aumentar la cantidad de injertos en tomate”.



# El ‘Emperador’ de Rijk Zwaan inicia la conquista del ‘mar de plástico’

## ESTE PORTAINJERTO TIENE UN ALTO NIVEL DE RESISTENCIA A NEMATODOS Y, ADEMÁS, GARANTIZA UNA PRODUCCIÓN UNIFORME DURANTE TODO EL CULTIVO

La casa de semillas Rijk Zwaan acaba de presentar a su ‘Emperador’, un portainjerto que, según explicó su experto en la materia, David Herzog, “es de vigor alto y se caracteriza por tener un equilibrio muy bueno”. Asimismo, y sin perder de vista los problemas que suelen ocasionar los nematodos del suelo, “su nivel de resistencia es muy alto”. Con respecto al vigor, éste es esencial para conseguir que las plantas puedan resistir mucho mejor el frío y, además, “da una respuesta muy buena en condiciones de suelo difícil”, como puede ser, por ejemplo, el sustrato salino.

Por otro lado, y en lo que se refiere a su resistencia a nematodos, ‘Emperador’ ha demostrado ser muy eficaz antes estos ‘enemigos del suelo’, que pensaron que se habían apoderado de él cuando comenzaron a eliminarse desinfectantes. En este sentido, David Herzog apuntó que, cuando un agricultor opta por la utilización de injertos, lo primero que debe plantearse es “¿por qué se usan?” y, en este caso, “la primera razón es por las enfermedades del suelo”. Precisamente por ello, el nuevo portainjerto de Rijk Zwaan es resistente a tres tipos de nematodos y, ade-

más, al virus del mosaico del tabaco (ToMV), al Verticillium albo-atrum y a otros tantos tipos de Fusarium.

Por otro lado, el nuevo conquistador del ‘mar de plástico’ es, además de un portainjerto que aporta vigor y resistencia a nematodos, un pie que consigue una producción uniforme. En este sentido, el experto en portainjertos de Rijk Zwaan señaló que “hemos comprobado que da una producción uniforme durante todo el ciclo, es decir, no va a dar mucho calibre al principio y luego va a bajar”. Este aspecto, desde el punto de vista de la comercialización, es muy importante, ya que el agricultor podrá estar seguro de que su producto, en este caso sus tomates, van a tener una gran aceptación en los mercados de destino.

Con respecto a las variedades de tomate más adecuadas para la utilización de ‘Emperador’, el responsable de Rijk Zwaan indicó que “lo recomendamos para cualquier tipo de tomate rama”, aunque, sus últimos ensayos también han demostrado que “va muy bien con los larga vida sueltos”. El portainjerto es, a juicio de Herzog, “una de las respuestas alternativas a los químicos” y, de hecho, no duda en afirmar que “la clave para el futuro está en la asociación de una desinfección que, quizás, será menos eficiente, pero para esto tenemos variedades resistentes a enfermedades y nematodos”. “La combinación de todo esto va a permitir a la agricultura seguir adelante y también a los cultivos de tomate”, concluyó.



## LOS TÉCNICOS

**CLAUDIO LANGLENTON**  
RESP. TEC. JULIANO BONNY



“En nuestra empresa tenemos 300 hectáreas de cultivo de tomate que producen unos 120.000 kilos cada una. Hacemos uso del injerto y, hasta hoy, ha ido muy bien. De hecho, y gracias a él, ya casi no usamos fungicidas para el suelo y, además, nuestras producciones son de gran calidad”.

**JOSÉ E. COLOMINA**  
DTOR. TÉCNICO DE CULTIVO DE TOMATE DE BONNYSA

“Además de al mercado nacional, también nos dirigimos a Inglaterra, Holanda, Escandinavia y Alemania. A estos clientes destinamos los casi 100 millones de kilos anuales que producimos de tomate. El 100% de nuestras plantaciones son injertadas y, para nosotros, es una herramienta fundamental para mantener la rentabilidad de nuestros cultivos que, además, están repartidos por distintas zonas de producción. Así, el 40 por ciento de nuestras plantaciones, la mayoría, están en Alicante, mientras que el 60 por ciento restante se reparten a partes iguales entre Murcia, Almería y Tenerife”.

**CARMELO GUILLÉN**  
RESP. TEC. DE HERNÁNDEZ ZAMORA-GRUPO PALOMA

“En la zona en la que nos encontramos, en Murcia, solemos tener muchos problemas de ‘muerte súbita’ en los cultivos. Por eso, en el caso de nuestra empresa, tenemos casi el 100% de la producción de tomate injertada, ya que, de este modo, conseguimos raíces más fuertes. Éste es, de hecho, el resultado de 9 años de experiencia con los injertos. Con respecto al tipo de tomate que cultivamos, nos centramos, sobre todo, en el ramillete y el tomate canario y ambas producciones están enfocadas a la exportación. La Unión Europea, en general, aunque sobre todo el Reino Unido, es nuestro principal destino”.

**ISIDORO CARRICONDO**  
JEFE DPTO. TÉCNICO CASUR



“Los injertos son una garantía para el cultivo. Por un lado, elimina cualquier problema de suelo y, por otro, da más vigor a variedades poco vigorosas y de las que interesa, sobre todo, la calidad. El injerto da muy buenos resultados y, de hecho, el 60% de nuestra producción es injertada”.

## ZONAS DE INFLUENCIA



## Vigor y resistencia en Poniente y Levante

Confimaplant tiene sedes tanto en el Poniente como en el Levante provincial y, según afirma su responsable técnico, Fernando de la Torre, el hecho de contar con clientes en puntos tan dispares de la geografía almeriense hace que, para unos y otros, las plantas que ofrecen deban ser distintas. Así, explica que “en Poniente, solemos utilizar injertos me-

nos vigorosos para el tomate de los que ponemos en el Levante”. La razón no es otra que la menor salinidad del suelo del Campo de Dalías. En cualquier caso, de la Torre afirma que no hay problema, puesto que “hay ‘portas’ adaptados a todas las variedades de tomate”, independientemente de la zona, e incluso, de su climatología.

## ALARGANDO EL CICLO

## Semilleros Laimund ofrece producciones más duraderas



Francisco Molina, responsable técnico de Semilleros Laimund, está convencido de que uno de los mayores beneficios del injerto es que “te garantiza un mayor tiempo de cultivo”. De hecho, su utilización da un mayor vigor, en muchos casos, a variedades que por sus características intrínsecas son más ‘débiles’. Este aporte de vigor contribuye a prolongar el ciclo de cultivo y, con él, a aumentar la producción. Junto a esto, Molina señala que, en todo el tiempo que lleva trabajando en el semillero, nunca se ha encontrado con una variedad que no tolere el injerto, es más, asegura que “todas las variedades son susceptibles del uso del injerto” y, por ello, no duda en que se acabará imponiendo.



## CONTRA LAS ENFERMEDADES



## Los problemas con nematodos ya no existen

La desaparición de desinfectantes para el suelo supuso un enorme varapalo para los agricultores de la provincia, que vieron cómo una semilla podía dejar de ser productiva. Sin embargo, a día de hoy, esto ya no es un problema. Así, Juan Ignacio Tijeras, responsable técnico del semillero Crisel, comentó que “la utilización de injertos es muy importante para

combatir nematodos” y, de hecho, afirma que éstos han jugado un papel “definitivo” en determinados cultivos, sobre todo en el tomate. Teniendo esto en cuenta, no es de extrañar que, en breve, “el injerto se introducirá en todos los cultivos” y, de hecho, en su caso, ya cuentan con un 10 por ciento de cultivo de berenjena injertada.

## RECONOCIMIENTO

## La Fundación Mediterránea premia a Grupo Agroponiente y Cajamar en su aniversario



■ Garmendia entrega el premio a Grupo Agroponiente. / FHALMERÍA

■ R. V. A.

La Fundación Mediterránea ha reconocido durante la celebración de su décimo aniversario la labor de fomento del empleo que han llevado a cabo en el último año tanto el Grupo empresarial Agroponiente como la entidad financiera Cajamar. El acto tuvo lugar en el Auditorio de la Universidad de Almería.

La Fundación Mediterránea cuenta con la estrecha colaboración de más de 300 empresas almerienses, mediante las que se gestionan prácticas de empresa y, posteriormente, contratos laborales a los universitarios.

La Fundación ha premiado al Grupo Agroponiente por haber sido la empresa que más contratos laborales post-prácticas ha tramitado con esta entidad. El grupo empresarial lleva colaborando desde el nacimiento de la Fundación en la contratación de universitarios en prácticas para posteriormente, en un número elevado de casos, realizarles un contrato de trabajo.

En el último año, el Grupo Agroponiente le ha ofrecido un contrato laboral a un total de siete estudiantes que han realizado las prácticas en la empresa provincial.

El encargado de recoger el premio del Grupo Agroponiente fue, en esta ocasión, Antonio Castillo, director financiero de la empresa, quien se mostró satisfecho por el galardón y aseguró que "siempre que esté en nuestra mano y podamos contribuir con el futuro de los jóvenes al-

merienses lo seguiremos haciendo".

Por otra parte, la entidad financiera Cajamar también recibió un galardón. En esta ocasión fue por haber sido la entidad que más prácticas de empresas ha gestionado.

El acto, que fue multitudinario, estuvo presidido por la Ministra de Innovación, Ciencia y Empresa, Cristina Garmendia, quien estuvo acompañada por el rector de la Universidad de Almería, Pedro Molina; el consejero de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía, Francisco Vallejo; y el presidente de la Fundación Mediterránea, Joaquín Moya Angeler, ante la mirada de un elevado número de personalidades representativas de la sociedad almeriense que no quisieron faltar a la celebración del aniversario de Fundación Mediterránea.

### OBJETIVOS

La Fundación surgió con un objetivo muy claro, como es trabajar para facilitar el futuro laboral a quienes serán el futuro de la provincia.

Por otra parte, en el acto de conmemoración del décimo aniversario también se llevó a cabo un reconocimiento a las personas que han colaborado con la Fundación Mediterránea, así como a las empresas que más han contribuido con el denominado Servicio Universitario de Empleo en el último año, en cuanto a prácticas de empresas y contratos se refiere.

## SERVICIO AL SECTOR AGRARIO

## El laboratorio CUAM recibe la acreditación de ENAC para catorce materias activas más

CON LA AMPLIACIÓN EL CENTRO ANALÍTICO MUNICIPAL ESTÁ HABILITADO PARA LA CERTIFICACIÓN EN 105 SUSTANCIAS

■ José Esteban Ruiz

El laboratorio municipal CUAM de El Ejido ya cuenta con la acreditación al máximo nivel 105 materias activas, gracias a la reciente ampliación concedida por la Entidad Nacional de Acreditación y Certificación (ENAC), en la cual lo habilita para garantizar los resultados analíticos de 14 sustancias más.

Desde el Consistorio ejidense informaron a través de un comunicado que el proceso comenzó a gestarse el pasado mes de noviembre. No fue hasta los primeros días del mes de abril cuando "se recibió notificación de ENAC, en la que se acordaba incluir estos 14 pesticidas, Aldrin, Benfluralina, Carbofenotion, Diclofluanida, Dieldrin, Espiromesifen, Etofenprox, Isofenfos Metil, Kresoxim Metil, Metidation, Paclobutrazol, Piridafention, Tiociclam y Vinclozolina, en los procedimientos analíticos en técnicas de cromatografía de gases/masas/masas", aclararon desde el Ayuntamiento del municipio de El Ejido.



■ Jorge Viseras, concejal ejidense en el laboratorio CUAM. / FHALMERÍA

Para conseguir esta validación, el laboratorio tuvo que demostrar con evidencias objetivas que el método analítico que emplean es el adecuado para el fin en el que se pretende utilizar y que cumple con los requisitos establecidos en la normativa. Por ello, aseguran que "ha supuesto un esfuerzo para el Centro Universitario Analítico Municipal".

Para el concejal de Agricultura y Medio Ambiente del Ayuntamiento de El Ejido, Jorge Viseras, "el laboratorio CUAM está a la vanguardia en Europa de las técnicas analíticas resultantes de la transferencia de los proyectos de desarrollo del departamento de Química Analítica de la Universidad de Almería y seguiremos acometiendo nuevas ampliaciones, así

como, mantendremos un nivel de actualización propio de el nivel que el mercado exige".

Pero la intención del CUAM es contar con la acreditación para otras materias activas más y aumentar así sus posibilidades y servicios dirigidos al sector agrario. Por tanto, está previsto que el centro analítico tenga una nueva auditoría por parte de ENAC, para ampliar el alcance con nuevos plaguicidas analizados por la metodología 'LC/MS/MS'.

Esta ampliación no va a suponer un coste añadido en los análisis en relación a las tarifas aplicadas en el CUAM, ya que como han aclarado desde el Consistorio, "la nueva acreditación se hace para 14 materias que ya estaban incluidas en los informes de ensayo".

## CRECIMIENTO

## Aceite Campos de Uleila busca nuevos mercados en Japón, Ucrania y EEUU

■ R. V. A.

La empresa Campos de Uleila, que además de a la producción y comercialización de aceite de oliva también cuenta con almendros, frutales y viñedos, ha alcanzado en la última campaña su cifra récord de producción oleícola. Y es que sus olivos son aún muy jóvenes, concretamente de 1998, por lo que aún no han alcanzado el máximo rendimiento.

La productora y comercializadora ya llega a todo el territorio nacional, especialmente a la provincia de Almería, y las comunidades autónomas de Ma-



■ Vista de su olivar. / FHALMERÍA

drid, Galicia y Cataluña. Además, la empresa ha iniciado contactos, de cara a la próxima campaña, para intentar introducirse en mercados como el estadounidense, el ucraniano y el japonés. Y es que todo el aceite procede de aceitunas controladas con producción integrada y co-

respondientemente certificadas por la Junta de Andalucía.

Campos de Uleila produce un aceite con una acidez mínima, sólo 0,1, gracias a la recolección de las aceitunas frescas y sanas, como ha explicado la gerente de la empresa, Mariola Hidalgo. En sus 50 hectáreas de olivar cuentan con tres variedades de aceituna bien diferenciadas, como son la Hojiblanca, Picual y Aberquina.

Campos de Uleila oferta varios formatos diferentes. Así, ha introducido en los mercados tres botellas de cristal de 250 mililitros por cada una de las variedades de aceituna con la que trabajan, además de un Coupage que mezcla con cuidado equilibrio los matices de la Aberquina, Picual y Hojiblanca. La empresa no vende a granel, un sector que ha registrado pérdidas, y mantiene sus precios.

## CERTIFICADOS

# Agrocolor apuesta por unir todas las normas de calidad

EL FUTURO PASA POR ASEGURAR A LOS DIVERSOS MERCADOS LA CERTIFICACIÓN DE RESIDUO CERO EN LOS PRODUCTOS

■ Elena Sánchez

El futuro de la calidad hortofrutícola, no sólo a nivel nacional sino también internacional, pasa por unificar las normas que hacen referencia al producto. Actualmente existen un sinnúmero de sellos que certifican la calidad de los productos de manera separada, ya que unas son necesarias para presentarlas en España y otras en Europa, pero es que incluso existen algunos países y también cadenas de supermercados que exigen su propia certificación. Por este motivo, las comercializadoras tienen que estar continuamente realizando auditorías para obtener cada una de las normas, lo que supone un alto coste que se podrían ahorrar.

En estos momentos, el primer paso de dicho reto de futuro se ha dado con la creación de la norma UNE 155.400 de control biológico, la cual, según ha informado Luis Miguel Fernández, gerente de Agrocolor, "engloba cuatro certificaciones nacionales como son la de Producción Integrada y Calidad Certificada de la Junta de Andalucía, Global Gap y la 'N' de Aenor, que es la que va a aparecer en los productos que contengan este nuevo sello".

Sin duda, para Fernández, "éste es el primer paso de tantos que aún nos quedan por dar para poder hablar de una sola certificación que acredite todas las normas de calidad que puede tener un producto hortofrutícola a la hora de ser comercializado". Sin embargo, para llegar a conseguir este objetivo a medio plazo, el gerente de Agrocolor ha argumentado que habría que intentar "introducir algunos requisitos de almacén, que son los que no están todavía dentro de la

## El primer paso es la norma UNE 155.400

Para Agrocolor, el primer paso hacia la unificación es la norma UNE 155.400 que actualmente la tienen en la provincia de Almería alrededor de 15 empresas entre las que se encuentran Agropointe Natural Produce; Cabasc; Casur; Ejidocargo; Ejidomar; Eurosol; Frutas Escobi; Frutas Matillas; Geosur; Hortamar, entre otras.

UNE 155.400". Esto quiere decir, continúa Luis Miguel Fernández, que "tenemos que aglutinar además de asuntos de campo, también los de almacén. Me refiero al sistema de calidad ISO 9000 y Aná-



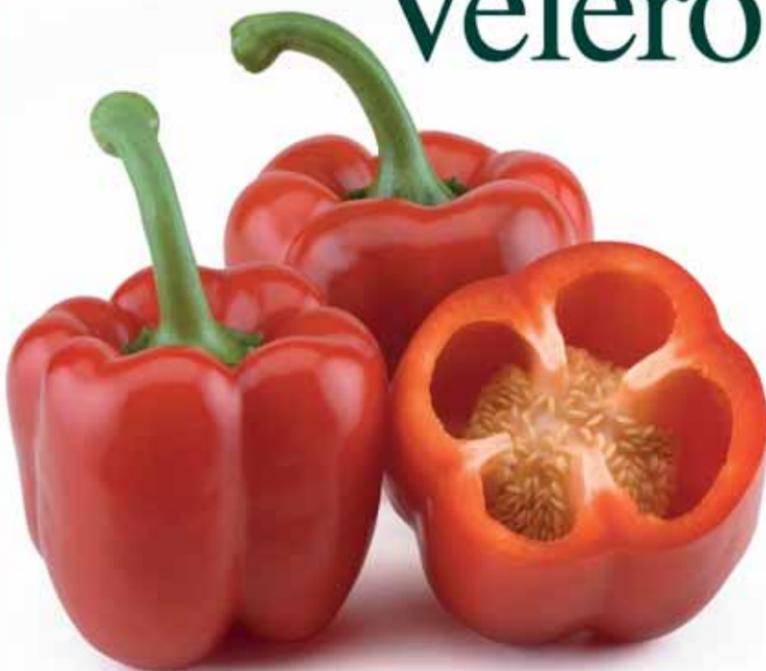
■ El producto certificado es la mayor exigencia del cliente. / FHALMERÍA

lisis de Peligros y Puntos de Control Crítico, APPCC. En este sentido, también entrarían las normas BRC tan exigida en Gran Bretaña o la IFS perteneciente a la alianza franco-alemana".

Asimismo, para el gerente de Agrocolor, Luis Miguel Fernández, "el concepto de calidad ha cambiado sobremanera a la hora de comercializar. Antes suponía una herramienta para vender mejor, pero ahora mismo, en los tiempos que

corren, directamente, es una herramienta para vender, sin más. Sin un certificado de calidad y conforme está el mercado, la empresa que no acredite su seguridad no va a poder exportar". De igual manera, otro de los fines que se quieren conseguir es llegar, algún día, al 100 por cien de la producción bajo control biológico. Se está consiguiendo ya con la plantación de pimiento, pero el objetivo es obtenerlo con todos los productos hortícolas.

## Pimiento California Velero



Entrevista realizada a los agricultores:



José Miguel Romera Romera  
Cliente de SAT Montivel



Juan Medina Robles  
Cliente de SAT Indasol

Somos agricultores de Berja y hemos dedicado toda nuestra vida al sector de la agricultura. Cultivamos pimientos en 2 hectáreas y 3 hectáreas respectivamente. En la última campaña, hemos tenido una buena temporada. El invierno frío ha favorecido una producción escalonada y los precios se han mantenido.

### ¿Está satisfecho con la producción de Velero y Traña en sus cultivos?

*José Miguel Romera (J.M.Romera):* Sí, he tenido 9,6 kg/m<sup>2</sup> de producción con fechas de plantación de 29 de Mayo y final de cultivo el 25 de Enero. Empecé la recolección el 18 de Agosto, teniendo que abrir la SAT para comercializar los mis primeros 3.500 Kg, con la sorpresa de que sólo me tiraron "5 cajas de destrío".

*Juan Medina Robles (J.M.Robles):* Sí, una producción de 8 kg/m<sup>2</sup> con un ciclo del 21 de Junio al 21 de Enero, con unas clasificaciones excelentes en todo el ciclo de cultivo.

### ¿Qué destacaría de Velero?

*J. M. Romera:* Su calidad y uniformidad desde el inicio del cultivo hasta el final, así como la rapidez en su maduración y el excelente color del fruto.

*J. M. Robles:* La calidad de la fruta cuajada con altas temperaturas y la buena clasificación comercial obtenida a lo largo del ciclo (60 % en G, 25 % en Doble G, 5 % en triple GM 5 % en M y 5 % de segunda).

### ¿En qué se diferencia Velero del resto de variedades del mercado?

*J. M. Romera:* Es una planta de entreno corto con entrada rápida en floración, que

ayuda a los primeros establecimientos de la fauna auxiliar (bichos). Por otro lado es una planta que una sola poda basta para el manejo del cultivo, con lo que ahorras en mano de obra, y para los tiempos que corren, es de agradecer.

*J. M. Robles:* La planta es de entreno corto, que necesita poca poda y los frutos cuajados con calor son muy parejos.

### ¿Como valoraría la última campaña?

*J. M. Romera:* Una campaña medio buena, yo la firmaría para el año que viene. En general, los precios han sido algo inferiores a lo esperado, el control biológico se ha adaptado bien y además están funcionando bien las micorrizas para disminuir el consumo de abonos.

*J. M. Robles:* En general, ha sido una buena campaña a nivel local. Un invierno frío ha favorecido una producción escalonada y los precios se han mantenido.

### ¿Para la próxima campaña, cuál es vuestra intención de compra de Velero?

*J. M. Romera:* Pues, casi triplicaremos nuestra compra de semillas Velero.

*J. M. Robles:* Duplicaremos nuestro pedido de semillas Velero.

**Seminis**

## DISTRIBUCIÓN

## Primaflor amplía su oferta de productos de I y IV gama para adaptarse a la demanda

■ R. V. A.

La empresa hortofrutícola pulpilena Primaflor ha llevado a cabo la inclusión de nuevas referencias a su ya amplia oferta de productos. Y es que debido a la actual situación de crisis económica se ha producido una mayor demanda general de productos más económicos, por lo que desde el grupo empresarial almeriense han decidido incorporar más variedad en su marca Baby Fresh.

Los productos que han incluido de cuarta gama son ensalada Cuatro Estaciones, que la presentan en un envase de 450 gramos; la tradicional lechuga Iceberg, en uno de 300 gramos; así como ensalada denominada Gourmet, que la ofertan en un envase de 320.

Por otra parte, el grupo empresarial pulpileno ha decidido añadir a su amplia oferta nuevos productos hortofrutícolas en fresco y de cuarta gama. En esta ocasión, la empresa ha añadido dos nuevas referencias de verduras

listas para cocinar en microondas.

Con respecto a las dos nuevos productos, que ya se encuentran disponibles en las grandes distribuidoras de productos agroalimentarios, la primera opción se trata de una bolsa compuesta de brócoli, zanahoria y puerro. Por otro lado, también han añadido una última que está integrada por brócoli, coliflor, zanahoria y judía verde.

### DATOS DE LA EMPRESA

Por otra parte, cabe recordar que en Primaflor cuentan con una producción de aproximadamente 4.000 hectáreas de un amplio surtido de productos hortícolas, especialmente una gran variedad de lechugas.

Primaflor comercializa productos de I y IV gama a través de sus marcas Prima, Baby Fresh, Sol de Pulpí, Ajosol y Primaflor. El grupo empresarial lo hace por medio de sus cuatro canales, como son Distribución, HORECA, Mercado e Industria.

## MEJORAS

## La Pastora de Taberno recibe una subvención de la Junta

LOS 80.260 EUROS DE AYUDA SERVIRÁN PARA LA ADQUISICIÓN DE EQUIPOS EN SU CENTRO DE RECOGIDA DE LECHE DE CABRA

■ Rafa Villegas

La Sociedad Cooperativa Andaluza 'La Pastora de Taberno' continúa en su línea de mejora y modernización de su maquinaria. Así, para la adquisición de equipos que serán instalados en un centro de recogida de leche de cabra, la cooperativa recibirá una subvención de 80.260 euros por parte de la Consejería de Agricultura y Pesca.

Al respecto, el delegado en Almería en funciones de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, Juan Deus, ha explicado que "el montante total de la inversión que va a ejecutar esta cooperativa ganadera almeriense se eleva a casi 349.000 euros, de los que casi una cuarta parte serán subvencionados con fondos públicos."

Y es que, de la subvención que ha autorizado la Dirección General de Industrias y Calidad Agroalimentaria, un 70 por ciento será aportada por la Unión Europea, a



■ La empresa se modernizará mucho con la subvención. / FHALMERÍA

través de los denominados Fondos FEADER, mientras que el resto corresponde a fondos propios tanto de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, como del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM).

Una de las condiciones que impone la Dirección General de Industrias y Calidad Agroalimenta-

ria a la empresa ganadera es que la inversión debe ejecutarse antes del próximo 31 de agosto.

'La Pastora de Taberno' se dedica a la producción de leche de cabra, así como a la venta de piensos, realizados con materias primas como la cebada, avena, maíz, harina de girasol o alfalfa, para sus socios. La Junta ya la había subvencionado anteriormente.

## NOVEDAD

## Grupo Caparrós presenta en Madrid su nuevo producto, el aceite 'Oro de Níjar'

■ R. V. A.

El Grupo Caparrós ha presentado en el marco de la XXIII edición del prestigioso Salón Internacional del Club de Gourmets, que tuvo lugar entre los pasados 30 de marzo y 2 de abril en la Feria IFEMA de Madrid, su nuevo producto. Se trata, concretamente, de un aceite de oliva Virgen Extra obtenido de aceitunas arbequinas procedentes de la finca 'El Olivar del Parque Natural', con la denominación de 'Oro de Níjar'.

La finca se encuentra ubicada en la localidad nijareña de Fernán Pérez, en el corazón del Parque Natural de Cabo de Gata-Níjar. El olivar cuenta con una superficie total de 20 hectáreas y unos 20.000 olivos de entre cuatro y seis años.

Con respecto a las características del aceite de oliva 'Oro de Níjar', destaca por su muy baja acidez, así como por su categoría superior. Este zumo de oliva se extrae, como han confirmado desde el grupo empresarial "de aceitunas seleccionadas en su perfecto estado de madurez y prensadas mediante procedimientos mecánicos, empleando las últimas tecnologías del sector".

'Oro de Níjar' se presenta, de momento, en dos formatos distintos, uno de 250 mililitros, así como otro de 500. El Grupo Caparrós aprovechó, además, su presencia en el XXIII Salón Internacional del Club de Gourmets de Madrid para llevar a cabo una serie de degustaciones de productos, tanto de Caparrós Nature como de La Gergaleña.

## COMPROMISO

## Bodegas Antonio Jiménez inicia la venta de nuevas añadas de sus vinos

■ R. V. A.

Con tan sólo dos años de vida Bodegas Antonio Jiménez se está consolidando en la provincia almeriense introduciendo en el mercado nuevas añadas de sus mejores vinos, así como un nuevo caldo. Se trata, concretamente, de un rosado fermentado en barrica de roble francés. La bodega se encuentra ubicada en la localidad de Padules, en las instalaciones de la antigua bodega Paco Ferre. Van a salir al mercado las añadas 2006 de Montejaro, 2008 del Blanco y 2008 del Rosado.

Bodegas Antonio Jiménez cuenta con una capacidad de 200.000 botellas al año, aunque aún no han alcanzado el 100% de su rendimiento. Toda la uva que utilizan para la elaboración de sus vinos la compran en la zona, como ha



■ Vino. / FHALMERÍA

explicado el enólogo de la empresa, Juanma Alonso. Y es que, como ha comentado, toda "procede de uva con la Denominación de Origen 'Vino de la Tierra Rivera del Andarax', controlado con su correspondiente certificación".

Además del rosado, la empresa oferta un blanco 100% monovarietal Macabeo, un tinto joven, tinto media crianza criado en barrica de roble americano, así como un crianza.

Con respecto a las marcas comerciales, la bodega llega a todos los centros comerciales y la mayoría de los supermercados de la provincia bajo el nombre de Paco Ferre, mientras que para la restauración sí utiliza la denominación de Antonio Jiménez. Sublimis, Antonio Jiménez Selección, Montejaro, Madora, Antón Joven, Antón Sirah, Antón Rosado y Antón Blanco, son los nombres comerciales de sus vinos.

La empresa realiza visitas guiadas a la bodega y, además, gracias a un acuerdo con el Restaurante Abad completan la oferta con una comida y el regalo de una botella.

# Comarcas

## RECONOCIMIENTO



■ Las dos figuras del agricultor y agricultora que se instalarán en la Plaza de San Agustín. / FHALMERÍA

## La Asociación Ajusa celebra su XXV aniversario con un monumento de homenaje al agricultor de la zona

■ **Rafa Villegas**

La Asociación Ajusa del núcleo de población ejidense de San Agustín ha decidido celebrar su 25 aniversario con la construcción de un monumento homenaje al agricultor y la agricultora, artífices del milagro económico del Poniente almeriense.

El monumento consistirá, como han confirmado desde la propia asociación, en “erigir dos figuras humanas, un hombre y una mujer de diseño contemporáneo y acabado plano, realizadas en acero inoxidable de dos metros de altura, instaladas sobre sendas columnas de hormigón de 2,80 metros de altura por uno de lado”.

Éstas estarán acabadas en mármol con hortalizas en bajorrelieve.

Ajusa está llevando a cabo una campaña de captación de colaboradores para sufragar los 22.000 euros que cuesta el proyecto. Además, ha recibido el apoyo del Ayuntamiento de El Ejido, que le permitirá instalar las dos figuras en la Plaza de San Agustín, en una zona pública.

Desde Ajusa han querido destacar que “el diseño de las figuras es obra de Santiago Girón de El Ejido y su construcción la llevará a cabo una empresa ejidense. Además, el acabado será en mármol blanco de Macael, también realizado por una empresa de la provincia.

De momento son más de 20 las empresas que han decidido colaborar con este proyecto que reconoce la figura del agricultor almeriense. Cabe resaltar que todos los colaboradores figurarán en una placa a los pies del monumento.

### INAUGURACIÓN

Desde la Asociación Ajusa han confiado que el acto de inauguración del monumento está previsto para el próximo 14 de junio, fecha que esperan que se convierta en una intensa jornada de convivencia entre vecinos y visitantes y que sirva para rendir este merecido homenaje a los agricultores de la tierra.

## COMO DALÍAS

### 19 municipios de Sevilla se libran de los transgénicos

■ **R. V. A.**

Al igual que ha hecho el Ayuntamiento de Dalías, un total de 19 municipios de la provincia de Sevilla han confirmado su posición de ‘lucha’ contra los denominados como Organismos Modificados Genéticamente. Y es que el municipio daliense ha sido uno de los primeros, a nivel nacional, en declararse ‘Municipio Libre de Transgénicos’.

Dalías lleva una clara apuesta por la conservación de los olores y sabores de las frutas y hortalizas, por lo que desde la Concejalía de Agricultura, el primer



■ Vega daliense. / FHALMERÍA

edil del ramo, José Gabriel Aranda, considera que ello se “puede conseguir manteniendo las semillas de antaño” y evitando los daños que podría causar en el suelo el uso de semillas modificadas genéticamente que, como ha afirmado el concejal, “provocarían un monopolio mundial en su venta”.

## MEJORAS

### La Junta aporta 100.000 euros para el arreglo de dos vías rurales de La Mojonera

■ **R. V. A.**

El Ayuntamiento de La Mojonera ha recibido una subvención de aproximadamente 100.000 euros de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía que se destinará a la mejora de una serie de caminos rurales del término municipal mojonero.

El delegado provincial de Agricultura y Pesca en funciones, Juan Deus, ha explicado que las actuaciones previstas

se llevarán a cabo en los caminos rurales ‘Los Cortijillos-San Nicolás’ y ‘Pepe Bono’. Asimismo, Deus ha destacado que ambas supondrán una inversión global de 178.185 euros. Las obras van a ser ejecutadas en un breve plazo de tiempo por la Administración autonómica a través de la empresa pública EGMASA.

Gracias a las obras se mejorará considerablemente el acceso a más de 40 fincas de La Mojonera.

## JORNADAS DE SUCA

■ **CIA**

Un grupo de expertos y miembros del sector han afirmado que la perfección de este nuevo modelo de producción que reina en toda Almería pasa por mejorar la higiene rural en los campos. Éste y otros argumentos se sacaron de las jornadas que Suca llevó a cabo el 27 de marzo y en las que participaron los concejales de Agricultura de El Ejido, Adra, Vícar y Roquetas de Mar, así como el pre-

### El sector apuesta por una mayor higiene rural en el campo e invernaderos de futuro más altos

sidente de Casur, José Martínez Portero y el jefe del Servicio de Agricultura, José Antonio Aliaga. De hecho, el responsable de Agricultura del Consistorio ejidense, Jorge Viseras, hizo hincapié en la mejora de las tecnologías que se encuentran en las plantas de resi-

duos, ya que “depende mucho de ello, el poder innovar y mejorar los sistemas de gestión de restos agrícolas”. Además, inculcar que “con la higiene rural tenemos que tener respeto al medio ambiente indispensable para mantener una imagen intachable de nuestras

prácticas agrícolas y seguir siendo un modelo a seguir”.

### TERCERA JORNADA

Por otra parte, el invernadero del futuro será más alto que la media actual, estará un poco más in-

clinado y, además, tendrá una mayor superficie de ventilación. Así lo explicó Juan Carlos López, investigador de la Estación Experimental de la Fundación Cajamar y ponente en la tercera jornada conmemorativa del vigésimo quinto aniversario de la cooperativa de segundo grado Suca. Según indicó, “la tendencia actual es a hacer invernaderos cada vez con más altura, con más volumen” para, así, “mejorar el clima dentro del invernadero”.

## BALANCES

# El frío de este invierno también se ceba con las producciones ecológicas de la comarca de Níjar

EN ESTA ZONA SE CONCENTRA LA MAYOR SUPERFICIE ECOLÓGICA BAJO PLÁSTICO, CON UNAS 300 HECTÁREAS

■ Isabel Fernández

El frío y el exceso de humedad de este invierno han mermado de forma considerable las producciones ecológicas de la comarca de Níjar y, de hecho, han sido muchos los agricultores que ante la imposibilidad de seguir adelante con sus plantaciones las arrancaron, incluso, antes de llegar al final del ciclo de cultivo. En este sentido, Juan García, gerente de Ecopark, afirmó que “este año hemos tenido un importante problema con el frío y con la humedad y, de hecho, hemos perdido muchos kilos”. Por norma general, las producciones biológicas suelen tener una merma de entre 1 y 2 kilos por metro cuadrado con respecto a las convencionales, entre otros motivos, por su mayor exposición no a las plagas, sino a las enfermedades.

Asimismo, en esta campaña, y debido a esa climatología un tanto ‘especial’, el gerente de Ecopark afirmó que, en el caso de su em-



■ El tomate es también el cultivo por excelencia en ecológico en la comarca de Níjar. / FHALMERÍA

presa, “hemos recogido unos 2 kilos menos por metro cuadrado de cultivo”. Lo normal en la producción biológica es, según apuntó, que un metro cuadrado de cultivo de tomate ecológico produzca entre 6 y 7 kilos, sin embargo, en esta campaña, “a duras penas hemos llegado a los 5 kilos” y añadió que “hemos perdido entre 3 y 4 ramos

en cada una de las plantas cultivadas bajo abrigo”.

Asimismo, en este invierno tan peculiar, los agricultores ecológicos, como los del convencional, han tenido que hacer frente a la botrytis, un hongo aparecido a causa del exceso de humedad, aunque, paradójicamente, “este año no ha habido tanta como otros”, matizó

García. Sólo en el caso de la fresa ecológica, de la que existe una única explotación de dos hectáreas en el municipio de Níjar, sí se dejó ver bastante este hongo durante los últimos meses, según manifestó el gerente de Campojoyma, Francisco Jesús Montoya. Sin embargo, en el tomate, que es el cultivo mayoritario, las incidencias por botry-

tis no han sido más de las habituales cada año.

## PRIMAVERA

Así las cosas, los productores ecológicos de la comarca de Níjar no pueden hacer un balance muy positivo de la campaña otoño-invierno y, debido, precisamente a esto, muchos de ellos ya hace bastante tiempo que se lanzaron a la puesta bien de tomate de ciclo corto, como es el caso de Ecopark, o de sandía, que es el cultivo por excelencia que toma el relevo del tomate. La intención es recuperar, en la medida de lo posible, lo perdido durante la primera mitad de la campaña hortícola, aunque, como muchos de ellos afirmaron, aún es un poco pronto para hacer ningún tipo de previsiones.

En total, en toda la provincia almeriense, son más de 34.000 las hectáreas de producción ecológica, 300 de ellas bajo abrigo y, de éstas, la gran mayoría en la comarca de Níjar. En los últimos años, aunque poco a poco, la demanda de este tipo de alimentos libres de residuos ha ido creciendo de forma paulatina y, de hecho, en muchos mercados europeos comienza a imponerse su consumo.

## AGUA DE RIEGO

### Los comuneros de Rambla Morales votan la venta de la desaladora a ACUAMED

■ I. F. G.

La Comunidad de Regantes de Rambla Morales someterá a votación de sus socios la venta de la desaladora a la sociedad estatal de Aguas de las Cuencas Mediterráneas (ACUAMED) el próximo día 30 de abril para, de este modo, poder sufragar la deuda contraída por la anterior junta directiva y que asciende a unos 120 millones de euros. De momento, ambas entidades ya han mantenido un primer contacto para la venta de la planta, sin embargo, no se han puesto de acuerdo en los términos de la transacción. Así, mientras ACUAMED sólo estaría dispuesta a adquirir las tuberías necesarias para com-

pletar su red de distribución en todo el Levante provincial, desde Rambla Morales se niegan a quedarse con infraestructuras que no les sirvan para nada. Además, tampoco se ha llegado a un acuerdo económico.

Asimismo, en la asamblea general ordinaria en la que se acometerá este punto, también se someterá a votación la rescisión del contrato que, en estos momentos, tiene la desaladora con la empresa Técnicas Reunidas. Ya a principios del mes de marzo, el presidente de la Comunidad, Juan Garrido, dio un ultimátum a la empresa que, desde el mes de mayo de 2008, cesó el suministro para el regadío de las explotaciones agrarias.

## NÍJAR

### El Consistorio arregla el camino de Campohermoso a Pueblo Blanco

■ I. F. G.

La Concejalía de Agricultura y Medio Ambiente del Ayuntamiento de Níjar ha iniciado las obras para la mejora y acondicionamiento del camino que une El Rondón de Campohermoso con Pueblo Blanco, uno de los más transitados del municipio. La intervención realizada por el área de Agricultura nijareña consiste en la ampliación del ancho de la vía en dos metros para, de este modo, conseguir una mayor holgura que facilite el tráfico rodado y, sobre todo, el pesado.

Esta obra permitirá, según informaron desde el propio Ayuntamiento, aumentar la visibilidad en este tramo de, aproximadamente, unos 240 metros y conocido como el ‘Cortijo Pepito’ y, así, evitar accidentes. De hecho, hasta el momento, han sido varios los sinies-



■ Obras. / FHALMERÍA

tros localizados en la zona, aunque ninguno de ellos de carácter grave, debido a la lentitud con la que circulan los vehículos por esta vía.

Por su parte, el edil de Agricultura y Medio Ambiente de Níjar, José Requena, explicó que, junto a

estas intervenciones, “volveremos a instalar badenes para obligar a utilizar la marcha lenta y un muro de no más de 60 centímetros y que tiene como fin evitar la tentación de rodearlos”. Asimismo, las obras incluyen la reconducción de pluviales para evitar la entrada de aguas procedentes de la Serrata en las viviendas, cortijos e invernaderos aledaños.

Según confirmaron desde el Consistorio del municipio nijareño, la ampliación de la vía así como las intervenciones para evitar el anegado de explotaciones agrarias y viviendas ha sido posible gracias al acuerdo alcanzado entre la Concejalía del ramo y los propietarios lindantes con la zona en obras. Por último, indicaron que todas estas acciones tienen como única finalidad facilitar el acceso a las fincas de la zona.

## SIN PRODUCCIÓN

# UPA afirma que se ha perdido el 100% de almendra marcona por las heladas

EN EL CASO DE LAS VARIEDADES MÁS TARDÍAS, LA MERMA EN LA PRODUCCIÓN DE ESTE AÑO RONDA EL 60 POR CIENTO

■ Isabel Fernández

Las últimas heladas producidas en la provincia han traído consigo, según Francisca Iglesias, secretaria general de UPA-Almería, que ya se pueda dar por perdida el 100 por cien de la producción de almendra marcona y desmayo, las dos variedades más tempranas y, en el caso de la primera, la de más calidad y, por tanto, precio. Iglesias explicó que “estas dos variedades son las que primero cuajan y la helada producida el Viernes Santo se lo ha llevado todo”. Este año, y a pesar de ser una variedad temprana, la marcona floreció algo más tarde de lo habitual y, gracias a ello, se ‘libró’ de las heladas anteriores, sin embargo, no ocurrió lo mismo con la



■ Los agricultores acumulan tres años de pérdidas. / FHALMERIA.

última. Con respecto a las variedades tardías propiamente dichas, la secretaria general de UPA-Almería indicó que, sólo en la zona del Alto Almanzora, “se ha perdido en torno al 60 ó 70 por ciento de la producción”.

Así las cosas, los productores de almendra de la provincia acumulan ya tres años de pérdidas, “tres años

en los que no hemos tenido cosecha ni precio”, lamentó Iglesias, quien añadió que, teniendo todo esto en cuenta, “lo que queda de campaña se presenta muy mal”.

La secretaria general de UPA-Almería señaló, además, que los agricultores afectados no pueden, ni siquiera, esperar que el seguro les indemnice por las pérdidas en sus pro-

ducciones, puesto que “sólo cubre las producciones tardías. Las tempranas no tienen cobertura por el alto riesgo de heladas”. De hecho, no existe ningún tipo de póliza para las variedades marcona y desmayo. Precisamente por esto, los productores, por norma general, “aunque ponen marcona y desmayo, ponen también una parte de otras variedades para asegurarse algo al final de la campaña”.

Por último, y a falta de un informe final, desde esta organización agraria en la provincia lamentaron que el sector de los frutos secos y, concretamente, del productor de almendra, acumula un nuevo mal año, mientras desde la Administración “no se toma en serio a este sector”. Ni siquiera la apuesta de muchos agricultores por la almendra ecológica en los últimos años ha ayudado a paliar la situación de crisis, puesto que, junto a las pérdidas por heladas, “no se vende y, si lo hace, el precio no es más alto porque tenga mayor calidad”.

## Exigen mayor control a las importaciones desde EE. UU

A pesar de que hace tres años que las pérdidas en la producción de almendra de la provincia son más que cuantiosas, lo cierto es que eso no ha contribuido a aumentar sus precios en origen. En este sentido, Francisca Iglesias lamentó que “la almendra pepita comuna se vende a 2’50 euros el kilo”, un precio nada rentable, sin embargo, no se puede hacer nada, ya que “lo pone Estados Unidos”. La competencia con este país es muy fuerte, tanto que “poner un kilo de almendra de California en la provincia cuesta 2’50 euros”. Así las cosas, la secretaria general de UPA-Almería afirmó que “incluso las comercializadoras de España compran la almendra allí y la revenden a Europa”. Esto supone una competencia desleal y, sin embargo, “no se toman medidas”.

## COMERCIALIZACIÓN

■ I. F. G.

Los bajos precios de la lechuga, propiciados por un exceso de oferta, están haciendo que gran parte de la producción almeriense de esta hortaliza se esté quedando sin recolectar. De hecho, Pascual Soler, vicepresidente de ASAJA-Almería, comentó que “se han dejado muchas lechugas sin cortar” y, así, indicó que, según los datos con los que cuenta su organización, “ape-

## El precio de la lechuga se hunde en origen debido a un exceso de oferta en esta campaña

nas se ha recogido el 60 por ciento del producto”, por lo que el 40 por ciento restante se ha quedado en las fincas. Soler explicó que los productores han optado por no recoger las lechugas debido a sus bajas cotizaciones y, de este modo, indicó

que, “cuando los precios son buenos, se cortan todas”, sin embargo, en estos momentos, “hay un alto porcentaje de producto que, o bien porque tiene un calibre muy grande o muy pequeño, se está quedando sin recoger”.

Por su parte, desde la Asociación de Productores y Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia (PROEXPORT), su director general, Fernando Gómez, explicó que “el frío del invierno ha regulado la producción, sin embargo,

al final, cuando han comenzado a subir las temperaturas, ha sido cuando han llegado las cantidades”. Asimismo, añadió que “la política de precios bajos entre las distribuidoras se ha extendido y no se ha podido aguantar”. En este sentido, señaló que, aprovechando el exceso de oferta, “las grandes cadenas de distribución han presionado a la baja los precios en origen”, más aún si se tiene en cuenta el actual contexto de crisis económica.

## AMENAZAS SOBRE EL PALMERAL MEDITERRÁNEO

El próximo día 22 de Mayo en el Centro de Artes Escénicas de la Villa de Nijar tendrá lugar la conferencia "Amenazas sobre el palmeral mediterráneo. Problemas y soluciones contra el picudo rojo" a cargo del Doctor Michel Ferry, Director de la estación Phoenix de Elche (Alicante)

Se ruega confirmación antes del 14 de mayo al tel: 950 385 015

Ayuntamiento de Nijar  
Superándonos.



## BAJO ANDARAX

## Regantes de FERAL piden más control de los vertidos de las aguas residuales

■ I. Fernández

Representantes de organizaciones de regantes del Bajo Andarax se reunieron recientemente con el responsable provincial de la Agencia Andaluza del Agua y le pidieron que, con carácter de urgencia, se establezcan los mecanismos oportunos para vigilar los vertidos de aguas residuales al río. Asimismo, según informaron en una nota, solicitaron a la Agencia que "cuantifique el volumen de aguas no depuradas que se vierten actualmente al mar procedentes de la estación depuradora de Almería". En el transcurso de la reunión, los regantes quisieron hacer partícipe a esta entidad de su preocupación en torno los problemas que podría ocasionar a los cultivos de la zona su riego con aguas no aptas, algo que no sólo afecta a las producciones de hortalizas de la zona, sino también a las plantaciones de cítricos.

Por otro lado, las organizaciones de regantes, que forman parte de la Federación de Regantes de Almería (FERAL), también quisieron advertir a la Administración sobre los riesgos potenciales de una situación que se prolonga bastante en el tiempo sin que se haga nada y, de este modo,



■ Agua para riego. / FHALMERÍA

argumentaron que "temen que los vertidos incontrolados de aguas residuales afecten al desarrollo normal de las plantaciones y provoquen, si continúa la pasividad oficial, graves pérdidas económicas en la zona baja del río". En este sentido, y en el caso concreto de los productores de cítricos, éstos pidieron una solución a la falta de agua que padecen y que se ve agravada por el alto precio que deben pagar por las aguas reutilizadas, un coste que no pueden asumir debido a su pérdida de renta. Por último, los regantes trasladaron a la Agencia su intención de unirse a la futura Junta Central de Usuarios, ya que consideran que este órgano "permitirá defender mejor los intereses de todos los usuarios".

## APOYO

## El futuro del sector citrícola pasa por el cultivo ecológico y la diversificación de las variedades

REPRESENTANTES DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA MOSTRARON EN UNA VISITA EL APOYO DE LA JUNTA AL SECTOR

■ J. E. Ruiz

Los cítricos, como la mayor parte de los sectores que configuran la actividad agrícola, no atraviesan un momento de optimismo. No obstante, la diversificación varietal y la apuesta por obtener productos ecológicos se sitúan como la estrategia a seguir y de esta manera, generar un valor a la producción de cítricos. En esta línea trabaja la Junta de Andalucía y así se lo han hecho saber a algunas comercializadoras almerienses situadas en la zona del Andarax, como son 'SAT Cítricos del Andarax' y 'Albentillas'. En este sentido, gran parte de los productores de cítricos que comercializan sus productos a través de estas sociedades almerienses, llevan ya un tiempo adaptándose a las exigencias del mercado y apostando por nuevas variedades y un cultivo más respetuoso con el medio ambiente que garantiza la seguridad alimentaria y calidad en el producto final, como es el ecológico.



■ Responsables de la Junta visitaron la empresa Albentillas. / FHALMERÍA

El director general de Planificación y Análisis de Mercados de la Consejería de Agricultura y Pesca, Rafael Martín, y el delegado en funciones en Almería, Juan Deus, mantuvieron recientemente reuniones con estos productores del sector de los cítricos almerienses y han visitado los centros de comercialización de ambas empresas. El objetivo principal según han expresado "ha sido transmitir confianza y apoyo al sector para desarrollar los proyectos de futuro de los citricultores, que han sido en los últimos años un ejemplo a seguir por su apuesta por la producción ecológica y la incorporación de nuevas variedades". En estos encuentros analizaron por ambas partes los problemas es-

tructurales que hay que afrontar como los proyectos de futuro. Rafael Martín señaló que "para el desarrollo económico y social de estos proyectos es fundamental la colaboración público-privada", de ahí que sea esencial un dialogo fluido entre Administración y sector.

Entre las conclusiones extraídas por los representantes de la Consejería de Agricultura y Pesca, se manifiesta "un alto grado de coincidencia y colaboración por parte de los directivos y los representantes de la Consejería de Agricultura y Pesca". Así, han determinado que apostarán por el desarrollo de programas comunes de actuación para conseguir desarrollar un modelo de producción sostenible.

## AYUDAS

## Municipios de la provincia reciben 8 millones para el Fomento del Empleo agrario

■ E. S. G.

La Comisión Provincial de Seguimiento del Programa de Fomento de Empleo Agrario ha asignado cerca de ocho millones de euros a 89 municipios almerienses para el desarrollo de proyectos que persiguen generar empleo y efectuar obras de infraestructuras en los municipios de Almería. Del mismo modo, a la hora de repartir el dinero se ha tenido en cuenta el número de subsidiarios agrícolas de cada localidad, con el fin de conseguir que alcancen las 35 jornadas necesarias para tener derecho al subsidio agrario y contribuir así a que la población no tenga que desplazarse para obtener ese número mínimo de jornadas.

Los responsables de la Consejería de Agricultura encargados de otorgar estas ayudas han informado que el Programa de Fomento de Empleo Agrario está financiado por el Ministerio de Trabajo e Inmigración a través del Servicio Público de Empleo Estatal, que sufraga los costes laborales de los proyectos que los ayuntamientos presentan y se ve complementado con el pago de los materiales por parte de la Junta de Andalucía y la Diputación Provincial.

Finalmente, la Junta ha dado a conocer que gracias a estos programas, en los últimos 20 años, se ha contribuido a frenar la emigración y fijar la población en las zonas rurales que están más desfavorecidas.

## CONSEJERÍA AGRICULTURA

## Martín Soler visitó los stands de las empresas almerienses en el Salón Internacional del Gourmets



■ El consejero mostró interés por el curado del jamón. / FHALMERÍA

El anterior consejero de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, Martín Soler, visitó los diferentes stands de las empresas almerienses que acudieron entre el 31 de marzo y el 2 de abril al Salón Internacional del Gourmets celebrado en Madrid. En este sentido, el máximo responsable de Agricultura de Andalucía pudo degustar los jamones de Serón, el aceite de las empresas Castillo de Tabernas, Oro del Desierto y Campo de Uleila, así como los vinos de Fondón o de la Bodega Viñalmanzora. También hubo tiempo para hacer una parada por la V Gama de La Gergaleña que no quiso perder la oportunidad de estar presente en uno de los salones internacionales más importantes de Europa.

# Noticias

## TRANSPORTE DE FRUTAS Y HORTALIZAS



■ El Vohburg protagonizó la prueba piloto del transporte alternativo para las frutas y hortalizas de la provincia. / FHALMERÍA

## REACCIONES

### El transporte terrestre cree que afectará a su sector

■ I. F. G.

El sector del transporte por carretera de la provincia afirma que la consolidación de la vía marítima para comercializar hortalizas podría contribuir a la destrucción de empleo en su ramo. Así, Francisco Amat, propietario de la empresa Transportes Almería Cargo, comentó que, con la llegada del barco, "la situación va a ser más mala para el sector de lo que ya es". Según explicó, si un sólo barco puede cargar hasta 300 contenedores, eso significaría que "serán 300 los camiones que se quedarán parados y, por tanto, 300 los conductores que estarán en paro". Para Amat es inaceptable que, en un momento en el que el país se encuentra sumido en una grave crisis, "en Almería, en lugar de crear empleo, lo estemos destruyendo".

Por su parte, desde Frigoríficos del Poniente, Antonio Hernández, apuntó que "somos muchos los que vivimos del transporte de hortalizas en esta provincia" y, por ello, lamentó que la puesta en marcha definitiva de la línea Almería-Dunkerque "pueda hacer que muchas personas ahora con trabajo se queden en el paro".

## Sale desde Almería hasta Dunkerque el primer barco con frutas y hortalizas

■ José Esteban Ruiz

El transporte de frutas y hortalizas hasta el lugar de destino, puede llegar a ser toda una reducción en los costes que habitualmente deben afrontar las empresas hortofrutícolas almerienses, claro está, siempre que se presenten todas las condiciones. Lo más importante, en el caso de la línea marítima Almería-Dunkerque, que se pondrá en marcha a partir de noviembre y que se complementará con el transporte por carretera, es que se complete la capacidad disponible en el barco que efectuará el transporte.

El Vohburg fue el barco que realizó la prueba piloto del transporte alternativo para la mercancía hortofrutícola hasta sus lugares de destino en Europa. Su puesta en marcha

oficial será el próximo mes de noviembre, con dos salidas semanales con 150 contenedores cada uno. Aproximadamente, cada contenedor tiene capacidad para 25.000 kilogramos de hortalizas. Sobre estos viajes, Mikel Barker, responsable de Andalucía Fresh Line, apuntó que "se van a fletar tres barcos con destino a Dunkerque y Rotterdam, con conexiones inmediatas a Reino Unido, Alemania, Francia, Holanda y estamos estudiando la demanda hacia Polonia y Escandinavia".

En la prueba, varias empresas participaron enviando productos, tales como Casi, Agroponiente, Indasol, Casur, Ferva, Coprohníjar y San Isidro, así como otras ubicadas en la Región de Murcia. El primer viaje llegó hasta el centenar de contenedores, cuando en un principio se es-

timaba enviar no más de 45, según la empresa gestora. Trinidad Cabeo, presidenta de la Autoridad Portuaria, explicó que "la prueba no trataba de manejar grandes volúmenes, sino una cantidad manejable, ya que contamos con medios limitados".

Inicialmente se enviarán frutas y hortalizas de las zonas de influencia del puerto de Almería como puede ser la zona de la Costa de Granada o la Región de Murcia. No obstante, como indicó el responsable de Andalucía Fresh Line, empresa que gestionará la línea, "estamos abiertos al transporte de otros productos como pueden ser los elaborados por el sector del mármol".

Sobre este proyecto, Trinidad Cabeo comentó durante la presentación del barco, que "es una apuesta innovadora, que se habla desde hace

mucho tiempo pero que hasta el momento no había cuajado por diversas circunstancias".

### COSTES

El responsable de la empresa que gestionará la línea explicó que "la reducción en el coste aumenta si se alcanza un volumen determinado de mercancía". Al respecto, concretó que "en el caso del Vohburg, tiene una capacidad para transportar 300 contenedores de 45 pies, que son las mismas medidas que las que tiene el camión frigorífico que se encarga de transportarlas habitualmente". Por tanto, de completar su aforo, "supondría una reducción del 40% en relación a lo que cuesta habitualmente el transporte por carretera", concluyó Barker.

## 'CRISIS DEL TOMATE'

■ J. E. Ruiz

El Senado ha instado al Gobierno a solicitar a la Comisión Europea que se incrementen los controles sobre las importaciones de productos hortofrutícolas procedentes de terceros países. Esta iniciativa se sometía a votación en la Comisión de Medio Ambiente, Agricultura y Pesca, en el Senado, y se adoptaba con el respaldo de todos los grupos políticos.

Para María del Mar Agüero, senadora popular por Almería, no ha sido un impedimento que a la moción presentada se le añadiera una

### El Senado aprueba una moción que insta al Gobierno a pedir a la Unión Europea que incremente los controles a las importaciones

enmienda adoptada por unanimidad en la que, además, según explicó la senadora, "también se expone que se solicite a la Comisión información sobre los resultados de dichas importaciones para evaluar las consecuencias en el funcionamiento de los mercados europeos". Sobre las medidas que se deben adoptar por parte de la Comisión Europea, Agüero señaló que "no se deben ampliar los con-

tingentes actuales de exportación; que se adapten los precios de entrada a los costes reales de producción europeos; que se considere al sector hortofrutícola como estratégico, que se ponga en marcha la preferencia comunitaria para nuestros productos y no se liberalice la importación de ningún producto hortofrutícola, y que los posibles acuerdos de asociación con terceros países lleven apare-

jadas medidas de apoyo y mantenimiento de la competitividad de los productos europeos".

Por otra parte, para el senador, Diego Asensio, la aprobación de la moción viene a corroborar que todos están en un mismo frente. Considera que "es similar al documento firmado por las cuatro comunidades autónomas, Murcia, Valencia, Canarias y Andalucía que posteriormente fue presenta-

do a la ministra y respaldado por ésta".

En esta línea, en el Congreso de los Diputados también se aprobó, igualmente por unanimidad, impulsar la mejora de los controles de entrada de los productos alimentarios procedentes de países de fuera de la Unión Europea, para, de esta forma "combatir la competencia desleal a los productos comunitarios", apuntó el partido socialista. El diputado socialista por Almería, Juan Callejón, aseguró que son conscientes de la importancia de que el control de las importaciones funcione.

## UN CLÁSICO

## La Junta pone en marcha la campaña 'No cortes en verde'

E. S.

La Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, como viene siendo habitual por estas fechas, ha puesto en marcha un nuevo plan de control para evitar que se corte la sandía y el melón sin la maduración suficiente. Así, bajo el lema 'No cortes en verde', pretende evitar la caída de los precios por la mala calidad de las producciones. Según ha informado Juan Deus, delegado en funciones de Agricultura en la provincia, "pretendemos que no se venda en el mercado ninguna partida que no reúna las condiciones de maduración suficientes, como por ejemplo, los niveles de azúcar". Ante esta acción, los equipos de Inspección de Calidad de la Delegación de Agricultura y Pesca han comenzado a desarrollar su labor por toda la provincia de Almería, si bien, sus actuaciones están centradas en las comarcas del Almanzora, Campo de Níjar y Poniente-Campo de Dalías.

## ESP-SOL EN ALMERÍA

## Genoma España y productores de tomate trabajan en un proyecto

E. S.

El proyecto ESP-Sol, promovido entre otras entidades por la Fundación Cajamar y desarrollado por Genoma España, va a permitir obtener tomates con mayores propiedades vitamínicas. La Fundación mantuvo en abril una reunión en Almería con los principales productores de esta hortaliza y conseguir, así, más apoyo al estudio que va a permitir desarrollar un programa de mejora genética del tomate para obtener nuevas variedades. En este sentido, el director general de la Fundación Genoma España ha señalado que "con este proyecto hemos identificado los genes del tomate relacionados con los rasgos de la calidad organoléptica, nutricionales y de salud, lo que nos permitirá, entre otras cosas, obtener nuevas variedades de interés comercial con mayor calidad".

## CRISIS

## La construcción de invernaderos en Holanda cae un 50 por ciento

J. E. R.

La crisis no está dejando indemnes a los competidores hortícolas de la provincia de Almería. Sobre el desarrollo del sector neerlandés se han conocido datos, publicados por el Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino, en el Boletín de Información Internacional Agroalimentario. En un artículo se recogen las conclusiones de un estudio realizado por el Instituto de Economía Agraria, encargado por la ministra de Agricultura holandesa, Gerda Verburg. Entre otros datos, se establece una tendencia a la baja en la construcción de nueva superficie invernada. Los contratistas de obras estiman que la construcción de nuevos invernaderos en 2009 ocupará entre 250 y 300 hectáreas, mientras que el pasado año se cubrió una extensión de 500 hectáreas. En general, todas las cifras ofrecidas por el Instituto de Economía advierten de un impacto, según apuntan en el Ministerio, más acusada por la crisis.

## MISIONES COMERCIALES

## Empresas de la industria auxiliar cierran acuerdos

E. S.

Varias empresas almerienses de la industria auxiliar de la agricultura consiguieron cerrar acuerdos comerciales con diferentes importadores internacionales durante una serie de encuentros que se realizaron en la provincia. Así, México, Chile, Estados Unidos y Marruecos fueron los países que la Agencia Andaluza de Promoción Exterior, EXTENDA, atrajo a tierras almerienses para que intercambiaran opiniones e hicieran negocio.

Entre las entidades que cerraron acuerdos se encuentra Biogolden Solutions afincada en la capital. Por otra parte, Ritec Hidro fue otra de las empresas de la provincia almeriense que ha salido satisfecha de estos encuentros organizados por EXTENDA al cerrar contactos con clientes mexicanos.

## PREVISIONES

## El cultivo de pepino 'Almería' baja un 30% esta primavera

AUNQUE NO ES UNA HORTALIZA QUE SE ENCUENTRE ENTRE LAS PREFERIDAS DE LOS AGRICULTORES PARA ESTE PERIODO

Elena Sánchez

El cultivo de pepino Almería en primavera se estima que descienda un 30%. En este dato han coincidido varios miembros del sector, entre ellos Juan Navarro, gerente de la casa de semillas De Ruiter. Al respecto, argumentó que "el productor ha mantenido hasta último momento el cultivo viejo de otoño, por los buenos precios que estaba recibiendo y no se ha arriesgado a plantar más producto del que está acostumbrado cada año".

Otro de los motivos de esta afirmación la ofrece Francisco Vargas, presidente de ASAJA en Almería, quien asegura que "la producción de pepino Almería de esta campaña de primavera va a ser muy escasa porque el agricultor paga un alto coste por la semilla. No la compra y así se ahorra el gasto si por un casual tuviera que arrancar la plantación". Para Vargas, los productores "están muy mal de dine-



El pepino tipo Almería es más escaso en primavera. / FHALMERIA

ro y van a abaratar costes, por lo que prefieren plantar otro tipo de pepino como el español o el francés, u otro producto como puede ser el calabacín".

En un principio, Vargas explica que "el invierno tan duro que se ha tenido con frío y poca luz ha hecho que varias explotaciones desaparecieran, por lo que las hectáreas que estaban destinadas al pepino holandés se han dedicado ahora al negro corto o al francés". Final-

mente, un nuevo argumento lo aporta Manuel Arévalo, director comercial de Nature Choice, "porque el productor recuerda que el año pasado el precio al que cotizó fue muy bajo. El agricultor siempre suele tener en cuenta estos datos de un año para otro". Por ello, concluye Arévalo, "ha generado que muchos no se hayan decantado tanto por dicho tipo de hortaliza. O bien optaron por pepino francés o español, o bien es calabacín".

## CRISIS DE PRECIOS

## HORTYFRUTA vuelve a suspender la venta de 'segundas' en berenjena

I. F. G.

El Comité de Crisis de la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA) decidió volver a suspender la venta de las segundas categorías de berenjena, después de varios días en los que se comercializó esta hortaliza tras haberse levantado la primera suspensión establecida días antes. Desde la Interprofesional han dado a conocer que, por su parte, se mantiene la 'no venta' en el caso del calabacín. Así, María José Pardo, gerente de HORTYFRUTA, explicó que "sigue en niveles muy bajos de calidad y, además, todavía queda mucho producto". Según indicó, la intención es que "todo lo que está saliendo ahora, con el cambio de cultivo, y que es producto de baja calidad, no se comercialice".

Asimismo, la gerente de la Interprofesional adelantó que el Comi-



Berenjenas. / FHALMERIA

té de Crisis se volvería a reunir para seguir la evolución de los precios de esta hortaliza, aunque no se aventuró a predecir cuánto tiempo podría prolongarse la suspensión.

Con respecto al pepino tipo Almería, el otro producto que también acumula bajos precios debido a problemas de calidad, señaló que, en estos momentos, "ya es muy poco el producto y, además, hay otros pa-

íses competidores que están comenzando a entrar en el mercado", como es el caso de Holanda. Así las cosas, y pese a que sus cotizaciones no se mantienen, "no vamos a retirarlo".

En total, en los once días que ha durado la primera retirada de berenjena y en los que también se han dejado de comercializar las segundas categorías de calabacín, desde HORTYFRUTA estimaron que se ha retirado del mercado en torno a un 20 por ciento del total de segundas que se estaba comercializando con anterioridad a la puesta en marcha de esta medida. Junto a esto, la gerente de la organización quiso poner de manifiesto el buen hacer de las empresas que han hecho efectiva la retirada y, así, afirmó que la no venta "se ha cumplido en la gran mayoría de las empresas en las que se han llevado a cabo inspecciones".

# Universidad

## PROYECTOS

# La UAL firma un acuerdo de colaboración con una empresa en materia de producción vegetal

■ **Elena Sánchez**

La Universidad de Almería, UAL, ha firmado un acuerdo de colaboración en proyectos de producción vegetal con la empresa Bures. Así, el rector de la institución almeriense, Pedro Molina, se ha reunido con la administradora de la entidad, Silvia Burés, y el investigador del departamento de Producción Vegetal, Miguel Urrestarazu, para tratar los temas que se iban a llevar a cabo en dicho convenio de colaboración.

En concreto, Bures permitirá a través de esta firma aumentar las herramientas operativas para ofertar a sus clientes, no sólo las materias primas de diversos tipos de sustratos, que ya hace en los mercados nacionales, sino que permitirá ampliar la vegetación tradicional en los edificios públicos y privados, bajo la óptica de un uso eficiente de energías renovables, eficiencia en el uso de agua y nutrientes, así como el uso de materiales reciclados y plantas de inte-

rés especial autóctonas. Para la Universidad de Almería todo esto representa una visión más moderna y amigable de las obras civiles desde el respeto más profundo al cuidado medioambiental, como apuntó el investigador Miguel Urrestarazu en su encuentro con Pedro Molina.

## NOVEDADES

En concreto, las novedades de cubiertas ecológicas, paredes y muros, todos ellos tienen un uso relativamente moderno y aplicado de la ingeniería agronómica. Así, tanto el investigador como la administradora de la empresa, Silvia Burés afirmaron que "esto constituye un ejemplo de cómo la Universidad de Almería se vuelca de nuevo en ayudar al sector empresarial y en especial a los sectores de la agronomía en sus distintos ámbitos". Sin duda, un nuevo acuerdo que hace que la producción vegetal esté presente entre la sociedad almeriense.



■ Miguel Urrestarazu (izqda), Silvia Burés y Pedro Molina durante la reunión mantenida. / FHALMERÍA

## BIOCOMBUSTIBLES

# El investigador Emilio Molina lleva las microalgas a una reunión en EE.UU.

■ **E. Sánchez**

El investigador del departamento de Ingeniería Química de la UAL, Emilio Molina, ha participado en una reunión científica en la 'National Foundation' de Estados Unidos sobre energías renovables, principalmente para la producción de biofuel y energía fotovoltaica. En concreto, el título de la ponencia de Molina en esta reunión fue 'Cambios en la producción de biofuel a partir de microalgas'. De hecho, durante el encuentro se abordaron las innovaciones que serán necesarias para el desarrollo de energías sostenibles económicamente viables.

Asimismo, desde la UAL han manifestado que para el departamento de Ingeniería Química es de gran relevancia y trascendencia, en el sentido del reconocimiento que



■ Emilio Molina en su laboratorio de la Universidad. / FHALMERÍA

supone para la labor institucional que uno de sus investigadores sea invitado a debatir sobre el futuro de la política científica americana de biofuel.

Este encuentro, en el que el profesor Molina era el único europeo

presente, ha supuesto una oportunidad para que equipos multidisciplinarios compartan experiencias en la investigación de fabricación de nuevas energías. Así, la UAL ha podido transmitir su experiencia y conocimiento en esta materia.

## SAVIA BIOTECH



■ Investigadores agrícolas dentro del laboratorio. / FHALMERÍA

# Acuerdo para intercambios entre profesores y directivos

■ **E. S. G.**

Savia Biotech ha firmado un convenio de colaboración con la Universidad de Almería (UAL) y la Fundación Mediterránea mediante el cual se realizarán intercambios entre profesores y directivos de la empresa de base

tecnológica. El fin del acuerdo es la transferencia de conocimientos y experiencias entre las entidades. Así, los alumnos de Ingeniería Técnica Agrícola podrán conocer las aplicaciones que tienen las técnicas de genética molecular en programas de investigación reales.

## i + D

## INSECTOS AUXILIARES



■ Biomip y la Universidad de Almería realizan el estudio. / FHALMERÍA

## Investigadores almerienses descubren un nuevo 'bicho' eficaz al pulgón del melón

■ E. Sánchez

El pulgón del melón, *Aphis gossypii*, es una plaga de importancia en aumento en los cultivos de cucurbitáceas, siendo *Mizus persicae* la otra especie con presencia más significativa en los cultivos de invernadero en la península. En base a esta situación Biomip ha informado que junto con el Grupo de Investigación AGR-200 de la Universidad de Almería ha encontrado, reproducido y valorado otro himenóptero parasitoide, *Lysiphlebus testaceipes*, originario de Centroamérica y con una respuesta funcional positiva con altas temperaturas. Así, la entidad ha dado a co-

nocer que se ha desarrollado un trabajo de investigación con el objetivo de valorar la eficacia en la parasitación y control de poblaciones de *A. gossypii* infestando sobre cucurbitáceas por parte de *L. testaceipes* comparándola con *A. colemani* en condiciones controladas de humedad y temperatura, reproduciendo las condiciones ambientales de los invernaderos de Almería en primavera para las producciones de melón, sandía y pepino. En la investigación se utilizó como material vegetal los cultivos de melón, sandía y pepino infectados por una población sobre hojas de *A. gossypii* de entre 100 y 150 ninfas de pulgón.

## PROTECCIÓN

## Expertos afirman que los fitoquímicos del vino actúan ante varias enfermedades

■ E. S. G.

Un grupo de expertos de Estados Unidos han afirmado que existen fitoquímicos en algunos alimentos como el vino que actúan favorablemente ante enfermedades como la inflamación crónica, incluyendo el cáncer y la diabetes. En este sentido, fitoquímicos tales como el resve-

ratrol pueden impedir el flujo normal de ciertas señales químicas o mensajes enviados hasta y desde las células involucradas en la inflamación crónica. En particular, los experimentos mostraron que ciertos fitoquímicos como los de las uvas negras impiden moléculas llamadas TBK1 y RIP1, que permiten prevenir algunas enfermedades.

## FUNDACIÓN CAJAMAR

## La mejora en la producción de pimiento pasa por 'Spicy'

SE PRETENDE DAR CON UN MODELO DE CRECIMIENTO CAPAZ DE ESTABLECER LA PRODUCCIÓN DE UN FENOTIPO CONCRETO

■ Elena Sánchez

Un grupo de investigadores de la Estación Experimental de la Fundación Cajamar está colaborando en el desarrollo del proyecto 'Spicy' sobre pimiento. En concreto, la traducción al español de este estudio es 'Herramientas inteligentes para la predicción y mejora de la producción'. En este sentido, el responsable de este estudio en la Fundación Cajamar, Juan José Magán, ha explicado que "el objetivo fundamental es desarrollar herramientas que faciliten la vida del mejorador, de las casas de semillas. Además, otro de los fines que se pretenden conseguir es dar con un modelo de crecimiento del pimiento que sea capaz de predecir la producción de un determinado fenotipo, lo que permitirá ahorrar tiempo y recursos en los procesos de mejora genética".



■ La Fundación Cajamar se encarga de los ensayos fenotípicos. / FHALMERÍA

Ante esta acción, los encargados del estudio han explicado que los genetistas, para sacar una nueva variedad, lo que hacen es realizar muchos cruces entre líneas parentales y, a partir de ahí, sacan híbridos. Con ello, tras los cruces, lo que se obtiene son los resultados que informan cuáles de ellos son los que tienen unas características más adecuadas. Cabe destacar que en este momento, Magán ha explicado que "existe un modelo de crecimiento determinado que predice la cosecha en función de determinadas condiciones medioambientales, pero no por fenotipo concreto de

pimiento". Desde la Fundación se van a encargar de trabajar en la validación del modelo de crecimiento, de las herramientas de evaluación rápida del fenotipo y además va a realizar un experimento fenotípico a gran escala en las condiciones del sur de Europa. Con ello, Juan José Magán ha explicado que "desde enero estamos estudiando varios ensayos fenotípicos para poder valorar los datos. En realidad estamos haciéndolo en dos partes. La primera que es la actual y va a durar hasta el mes de julio, y el segundo ciclo será de julio hasta septiembre".

## ENFERMEDADES

## Marcadores de frambuesa roja son resistentes a la pudrición de la raíz

■ E. Sánchez

Algunos marcadores de las frambuesas, manzanas y cerezas resultan resistentes a la pudrición de la raíz, la cual es causada por el hongo *Phytophthora*. Un grupo de investigadores del Servicio de Investigación Agrícola de Estados Unidos ha confirmado, a través de un estudio, que estos tres frutos comparten rasgos genéticos claves para resistir a varias enfermedades. Y es que, tanto la cereza como la frambuesa y la manzana son de la familia de plantas Rosaceae y contienen genes de resistencia encontrados en muchas otras plantas. Así, los científicos descubrieron 75 marcadores de genes de resistencia en



■ Frambuesas rojas. / FHALMERÍA

la frambuesa roja. La mayoría de ellos tuvieron una semejanza del 50 al 87 por ciento a los marcadores en otras especies de Rosaceae. Sin duda, este descubrimiento podrá ayudar a los agricultores de plantas a desarrollar variedades de frambuesa roja más resistentes y

comerciales. Por otro lado, los investigadores del ARS también identificaron 90 marcadores para genes de resistencia en los cultivos de cereza dulce y agria que tienen diferentes niveles de resistencia a la mancha foliar y las cenicillas polvorrientas.

Así, los estudios preliminares sugieren que hay semejanzas entre los marcadores genéticos de resistencia del melocotón a la enfermedad sharka y a los marcadores genéticos de resistencia a la cercilla polvorienta. Con ello, si investigaciones adicionales fueran positivas, estos marcadores podrían ser útiles en el desarrollo de métodos más eficaces de mapear los genes de resistencia.

## POLITÉCNICA VALENCIA

## Estrategias de las plantas para superar la sequía

E. S. G.

La Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía ha informado que un grupo de investigadores del Instituto de Biología Molecular y Celular de Plantas de la Universidad Politécnica de Valencia ha identificado las estrategias de las plantas para afrontar las situaciones de sequía y los ataques de hongos. Concretamente, los científicos han descifrado parte de las estrategias empleadas por las plantas para activar la respuesta adecuada ante situaciones de sequía y el ataque de hongos patógenos. A través de los avances obtenidos, se pueden desarrollar nuevos cultivos mejor adaptados a estas situaciones.

Asimismo, el método de obtención es a través del mutante ocp3, cuya pérdida en las plantas presenta una incontestable resistencia frente a distintos hongos necrotrofos como *Botrytis cinerea* o *Plectosphaerella cucumerina*, y al mismo tiempo son capaces de tolerar prolongados periodos de sequía.

## AVANCE

## Investigadores de Koppert mejoran el envase para los nematodos y aumentan su permeabilidad

TAMBIÉN SE HA EVOLUCIONADO EN EL CIERRE DE LA BOLSA Y EN LA REDUCCIÓN DEL USO DE PLÁSTICO

Elena Sánchez

Investigadores de la empresa Koppert, dedicada a los insectos auxiliares para la lucha integrada en agricultura, han logrado mejorar el envase en el que se introducen las diversas unidades de nematodos parasitarios de insectos, gusanos microscópicos que pueden emplearse efectivamente para combatir las larvas de muchas clases de insectos plaga. En este sentido, el primer aspecto que se ha logrado mejorar ha sido, según José Miguel Fernández, Produce Manager de Koppert España, "la calidad del producto, de ahí a que hayamos conseguido una mayor permeabilidad, es decir, un mejor intercambio de gases entre el exterior y el interior del envase, cosa que anteriormente no se tenía con el primer producto, ya que éste sólo era permeable por una de las caras". De hecho, según Fernández hay inter-

cambio tanto de CO<sub>2</sub> como de amonio, lo que "permite que los nematodos no se asfixien y el periodo de caducidad sea mayor". Anteriormente, dicho tiempo era de 3 a 5 semanas, y ahora el producto puede aguantar seis meses desde su producción a su caducidad.

Por otro lado, desde la entidad han dado a conocer que además de conseguir ese primer punto, también se pretendía, a nivel técnico, mejorar el cierre de la bolsa, ya que "ahora es una máquina que va cortando las bolsas y las va sellando. Antes, como el plástico no era permeable, su material era mucho más duro y la máquina no lo pasaba, sin embargo, con esta mejora del precinto, hemos mejorado en muchos más aspectos, puesto que tiene mejor cierre, hermetismo y es semipermeable", asegura el Produce Manager de Koppert España.

## REDUCCIÓN DE PLÁSTICO

Gracias a los multitudinarios ensayos que se han llevado a cabo con este envase de nematodos, el tercer aspecto importante que se ha logrado para mostrar un producto renovado y ventajoso es el hecho

de que, según José Miguel Fernández, "se ha reducido la cantidad de plástico en el envase, es decir, el material que contiene es menor y beneficia al producto. Las dimensiones del envase son las mismas que las del anterior, pero la cantidad de residuos es mucho menor, lo que permite que no se produzcan tantos problemas con estos parasitarios". Dentro de la variedad, la entidad tiene ahora mismo en el mercado dos tipos de formatos. El grande que está compuesto por 500 millones de unidades de nematodos, y el formato pequeño que contiene 50 millones. Cabe destacar que el formato grande lleva más tiempo en comercialización y ha sido gracias al éxito de este por lo que se ha sacado el tamaño más pequeño. Desde el punto de vista de Fernández, "una vez que se abre la bolsa de los insectos ya no se puede cerrar, por lo que tienen que utilizarse rápidamente. Sin embargo, si se compra, pero no se va a usar en el momento, el envase tiene que estar en una cámara a una temperatura de entre 2 y 6 grados, ya que hay que conservarlos en frío para mantener la actividad metabólica de los nematodos".

## TOLERANCIA

## INTAEX estudia la forma de paliar el daño en las frutas



Melocotones. / FHALMERÍA

E. S.

El Instituto Tecnológico Agroalimentario de Extremadura, INTAEX, va a llevar a cabo un nuevo proyecto de investigación, cuyo objetivo es la identificación de proteínas responsables de los daños provocados por el frío en la fruta de hueso. Así, según informa Diario Digital Agrario, este proyecto abre una nueva línea de trabajo denominada Proteómica en post-cosecha de gran importancia para el sector por su aporte tecnológico e innovación a la investigación tradicional. En este sentido, el fin es conseguir dar con proteínas que aguante bien las bajas temperaturas para prolongar la conservación de estos productos, lo que permitirá mejorar su calidad.

## VARIEDADES

## Líneas de lechuga que resisten a la mancha foliar bacteriana BLS

E. Sánchez

Un estudio del Servicio de Investigación Agrícola, ARS, de Estados Unidos ha afirmado que existen siete nuevas líneas de la lechuga Iceberg que tienen resistencia a la mancha foliar bacteriana, BLS. En concreto, esta mancha es causada por el patógeno *Xanthomonas campestris* y aparece tanto en la lechuga de hoja como en la de cogollo. Según los investigadores, esta enfermedad crece mejor en condiciones húmedas y frescas, por lo que se da más entre el final del otoño y el principio de la primavera, es decir, cuando hay más probabilidad de lluvia.

Asimismo, los expertos del ARS han informado que la bacteria causa manchas negras que se forman en las hojas de lechuga, manchas que pueden unirse y crear otras más



Lechuga Iceberg. / FHALMERÍA

grandes en los cogollos. Por este motivo, los agricultores durante la época de cosecha tienen que pelar y desechar las hojas para sacar las manchas grandes, dando lugar a cogollos más pequeños y de me-

nor precio. En este sentido, los investigadores americanos desarrollaron las siete líneas de lechuga en la Unidad de Investigación para el Mejoramiento y la Protección de Cultivos mantenida por el ARS en California. De hecho, son variedades semejantes en apariencia a la famosa línea llamada 'Salinas'. Así, estos nuevos tipos son las primeras lechugas Iceberg para el transporte y que tienen niveles comercialmente útiles de resistencia contra BLS.

Finalmente, en lo que respecta a su detección, los científicos han afirmado que la bacteria es difícil de prevenir porque la enfermedad es muy dependiente de las condiciones climáticas. Sin embargo, los agricultores pueden rociar sus cultivos con pesticidas, cosa que resultaría caro, ya que la pulverización es esporádica e imprevisible.

## UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

## Sensores electroquímicos que detectan ácido málico y glucónico en mosto y vino

E. S. G.

Expertos de la Universidad de Córdoba están trabajando en un proyecto para el desarrollo de sensores y biosensores electroquímicos que permitan la detección del ácido málico y glucónico en los mostos y vinos de las denominaciones de origen Montilla-Moriles. En este sentido, según ha informado el RETA, la puesta en marcha de esta nueva técnica, basada en moléculas orgánicas conductoras y catalizadoras, permitirá la simplificación del proceso de detección y la reducción de costes.

Asimismo, una de las ventajas de este nuevo sistema es, según uno de los responsables del pro-

yecto, "que permite realizar los análisis in situ de las bodegas, incluso se puede aplicar en sistemas de flujo continuo, permite muestreo automático".

El mecanismo de este biosensor se basa en la utilización de una enzima o molécula que reaccione con el compuesto objeto de estudio y que permita detectar los niveles de esa sustancia. Hasta el momento, los investigadores han estudiado una de las reacciones básicas que interviene en el proceso del ácido málico y en el del ácido glucónico, en concreto, en el proceso redox del cofactor NADH/NAD, para el que se han establecido las condiciones óptimas de detección sobre el electrodo.

# Planta ornamental

## PRODUCCIÓN

### Las empresas concentran su mayor actividad en el último tramo de campaña

■ José Esteban Ruiz

Las empresas dedicadas a la producción y comercialización de plantas ornamentales, afronta el final de abril con una intensa acumulación de trabajo. Los dos últimos meses llegan con un aumento en la actividad de estos profesionales. Hay empresas que concentran el 60% del volumen comercializado en este tiempo, como es el caso de Solisplant, según ha confirmado su gerente Jorge Solís. No obstante el responsable de Solisplant ha añadido que “algunas comercializadoras de planta ornamental pueden alcanzar en estas fechas el 80% de su actividad”.

Días de intenso trabajo en los que además, como afirma Jorge Solís, “tenemos que sacar el trabajo adelante con el personal con el que contamos porque las tareas son muy especializadas y requieren de un total conocimiento”. Por ello, precisan de un traslado de personal del centro de producción al de preparado de pedidos. “Desciende la actividad productora y los empleados pasan a desempeñar otras labores. Es la única forma de afrontar esta época de frenética actividad”, apunta el gerente de Solis-

plant. Más si cabe, y como colofón a la campaña para cubrir todas las demandas que reciben con motivo de la celebración del ‘Día de la Madre’. Este año se celebra el 3 de mayo, coincidiendo con la festividad de la Cruz. Por tanto, “tenemos que tener todo listo para los últimos días de abril”, subraya Solís.

Los pedidos deben estar en los mercados de destino para la última jornada laborable previa al ‘gran día’, en este caso, el último día de abril. A partir de esta fecha, el trabajo desciende hasta un 30%, una media que pueden registrar durante todo el año. Principalmente, dentro del territorio nacional, el grueso del volumen de producción de plantas ornamentales que se cultivan en la provincia tienen su destino en los principales mercados centrales de Madrid, Barcelona, Sevilla y Valencia. No obstante, estas bellezas vegetales se comercializan en muchos de los establecimientos especializados de todo el país.

Jorge Solís comenta que “el regalo más habitual en este día es una planta, los hijos suelen optar por obsequiar a sus madres con este tipo de regalos por lo que pueden

llegar a representar, sin duda, algo muy bello”. Las últimas tendencias certifican que los jóvenes apuestan, cada vez más, por este tipo de presentes. “No es una tradición sólo para las personas que alcanzan una cierta madurez, sino para la juventud que está demostrando tener mi buen gusto y regalar plantas y flores”.

#### VARIEDAD

Para este día tan especial las empresas productoras reciben todo tipo de pedidos. Las demandas que se les presentan cubren todos los formatos comercializados, desde pequeñas plantas, “hasta vegetales de un gran tamaño para aquellos que no escatiman a la hora de sorprender con sus regalos”. Además, “piden composiciones por lo que aumenta la dificultad en la preparación de los pedidos”, asegura el gerente de Solisplant.

#### RECTA FINAL

Aunque todo el trabajo se dispara llegado a la mitad del mes de abril, desde principios de marzo en los centros de producción andan revolucionados. Los productores ma-



■ Los pedidos de plantas son de diversa naturaleza. / FHALMERIA

yoristas intensifican su ritmo. Jorge Solís comenta que “en ocasiones su actividad se multiplica por tres, incluso, se establecen más de dos turnos”. En este tiempo, hay centros de los que salen diariamente hasta seis camiones trailers, incluyendo sábados.

Pasado este periodo, comienza un nuevo ciclo. Hay que volver a

planificar una nueva campaña. Entre mayo, junio y julio, estas empresas dedicadas a la producción y comercialización de planta ornamental organizan la campaña proyectando su programa con vistas a conseguir buenos resultados, unos resultados que no se llegarán a cerrar hasta llegado nuevamente el mes de mayo.

### La planta ornamental más demandada para regalar el ‘Día de la Madre’ es la Hortensia, *Hydrangea macrophylla*

La hortensia, *Hydrangea macrophylla*, se posiciona como la reina en los regalos por el Día de la Madre. Una planta, que como recomiendan en la web infojardin.com, es planta de sombra o de semi-sombra. Sólo crecen bien a pleno sol si está en un clima con alta humedad ambiental y en zonas a pleno sol, no viviría bien. No obstante, explican en los expertos, necesita que sea una sombra clara, con luz ambiente y no la umbría total. No aguanta las heladas

inferiores a -3°, pero si se hiela, puede recuperarse mediante una poda fuerte, una acción que la privará de flores durante ese verano.

La Hortensia necesita tierra ácida (pH menor de 7), rica en materia orgánica y húmeda. En los suelos calizos (pH mayor de 7) sufren clorosis, es decir, amarilleo de hojas por carencia de hierro. Por tanto, si el suelo es calizo, no se debe plantar ahí, o bien, hay que bajar su pH, es decir, acidificándolo mediante el aporte de tierra

de brezo, de castaño o de turba rubia. Esta planta necesita riego casi a diario entre primavera y otoño, sobre todo mientras florece. Durante el reposo invernal reduce los riegos, apuntan que sería suficiente con uno cada 15 días. Todo esto dependerá de las lluvias de cada clima, lógicamente. Además se recomienda abonar en primavera y verano cada 15-20 días con un abono especial que venden para plantas acidófilas. Si no, uno de lenta liberación tipo Nitrophoska.



■ Hortensia, *Hydrangea macrophylla*. / FHALMERIA

# Mercados de destino

**CAMBIOS**

## La distribución tenderá a ofertar en sus supermercados un tomate más estándar

RIJK ZWAAN OFRECIÓ UN MONOGRÁFICO SOBRE EL PRODUCTO EN EL QUE SE ANALIZÓ LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO

■ José Esteban Ruiz

Responsables de empresas intermediarias que comercializan frutas y hortalizas confirmaron que las cadenas de distribución apostarán la próxima campaña por ofertar en sus supermercados variedades de un tomate más estándar, sin dejar de un lado otras especialidades. A esta conclusión se llegaba tras las dos ponencias del primer bloque de las jornadas organizadas por Rijk Zwaan. La casa de semillas ofreció un monográfico de tomate, en el que se trataron las tendencias del mercado para la próxima campaña. Para disipar dudas a los más de 200 técnicos llegados de las diferentes zonas nacionales productoras de esta hortaliza, intervinieron María García, de IVG, empresa que vende productos hortofrutícolas a cadenas británicas; y Antonio Quirantes, del departamento comercial de Dafran.

En dos intervenciones completamente distintas, expusieron cuáles son las tendencias y exigencias de la distribución. La crisis, por una parte, y la proliferación en los últimos años de especialidades de to-



■ Moderador y ponentes en las jornadas de tomate de Rijk Zwaan. / FHALMERÍA



■ Asistieron más de doscientos técnicos agrícolas. / FHALMERÍA

mate por otra, han incidido en esta tendencia que representa una vuelta al tomate más clásico apostando siempre por la calidad.

En la segunda parte de las jornadas, Corin Pinkert, investigadora del departamento de Fitopatología de Rijk Zwaan, ofreció unas lecciones de la incidencia de los nematodos en el cultivo y su prevención. Finalmente, Manuel Hernández, especialista en cultivo de tomate de Rijk Zwaan, presentó las variedades de la casa de semillas para la próxima campaña.

**DATOS**

### Más hortalizas alaitas en Europa



El crecimiento experimentado por Marruecos en exportación de frutas y hortalizas a la Unión Europea ha hecho que se sitúe como el primer país extracomunitario. En total, el pasado año 2008, logró introducir en la eurozona 621.771 toneladas.

### Británicos prefieren sus productos

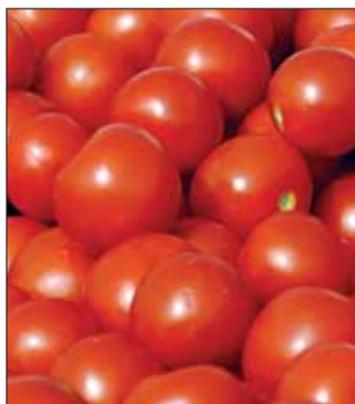
Los británicos prefieren consumir productos cultivados en su país antes que comprar cualquier foráneo. María García, de la empresa IVG, comentó en las jornadas organizadas por Rijk Zwaan que “en época productiva de tomate británico, los habitantes del Reino Unido tienen claro que optan por pagar más por sus productos -son más caros- que gastarse menos dinero en un tomate extranjero”.

**PRECIOS**

## Las exportaciones de frutas y verduras de los Países Bajos y Marruecos suben el último año

■ J. E. R.

La Federación Española de Asociaciones de Productores y Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas (FEPEX) ha analizado los datos referentes a las exportaciones intra y extracomunitarias, en las que la tendencia de países competidores en el comercio de frutas y hortalizas registraron en el último año un aumento de estas operaciones comerciales.



■ Tomates. / FHALMERÍA

Concretamente, FEPEX alude a Países Bajos y Marruecos, como productores que incrementan sus exportaciones mientras que en España se estabilizan. En el caso del país alaita, en el último año, su exportaciones a la Unión Europea aumentaron considerablemente, concretamente un 13% en relación a 2007, llegando a comercializar 970.287 toneladas, según las cifras que publica Eurostat.

Para FEPEX, “estos datos ponen en evidencia que nuestro mo-

delo productivo está dejando de ser competitivo frente a otros países productores”. La Federación considera que tanto desde el sector como desde las administraciones competentes, “se tienen que poner en marcha las medidas necesarias para resolver el problema de la pérdida de competitividad”.

Todo ello, sumado a que la Unión Europea se encuentra en pleno proceso de negociación con Marruecos, está provocando una gran preocupación en los agricultores y las comercializadoras de productos hortofrutícolas, tanto de la provincia de Almería como de otras zonas productoras del territorio nacional.

### Baja la renta del agricultor europeo



Según los datos de la oficina estadística comunitaria Eurostat, la renta media de los agricultores de la Unión Europea descendió el pasado año 2008 un 3,5%. Ello significa una reducción de un punto superior a la registrada en España.

# Ganadería

## ORDEN

### La enfermedad de Techen sale de la lista de las notificables

■ R. V. A.

La enfermedad de Techen o parálisis contagiosa del cerdo, actualmente conocida como Encefalomielititis enterovírica porcina, ya no se debe notificar obligatoriamente como sucedía hasta ahora. Todo ello es fruto de la publicación de la Orden ARM/831/2009, que modifica los anexos I y II del Real Decreto 6/7/2007.

Entre las enfermedades incluidas en la lista del anexo I de enfermedades de los animales de declaración obligatoria, concretamente en el apartado A, se encuentra la Microquitosis por *Mikrocytos macchini*, enfermedad que aunque no incluida en la lista de la Organización Mundial de Sanidad Animal, dada su importancia sanitaria, España ha considerado la conveniencia de su notificación también a dicha organización.

## SECTOR LÁCTEO

### Espinosa alaba la voluntad de diálogo de la Interprofesional

■ R. V. A.

La ministra de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), Elena Espinosa ha resaltado el "esfuerzo realizado para reunir al sector con objeto de lograr la renovación de la Organización Interprofesional Láctea española" (INLAC), conseguida a mediados del año pasado.

Del mismo modo, Espinosa ha señalado que la Interprofesional "está ejerciendo un papel activo de diálogo y negociación entre las partes, para alcanzar compromisos, como asegurar las recogidas de toda la producción española".

## MOVILIZACIONES

### UPA pide tratar el asunto del bolo con la Consejería de Agricultura de la Junta

LA ORGANIZACIÓN AGRARIA Y GANADERA LOGRÓ REUNIR EN LA CAPITAL A ALREDEDOR DE 400 GANADEROS DE LA PROVINCIA

■ Elena Sánchez

La organización agraria UPA-Almería convocó en la mañana del pasado 16 de abril a alrededor de 400 ganaderos de la provincia para protestar por las acciones que se están llevando a cabo desde la Consejería de Agricultura y Pesca y que se basan, según Francisca Iglesias, secretaria general de la organización, "en que los inspectores van hasta las explotaciones a imponer el bolo a los ganaderos, ya que si no los usan, se les retiran las subvenciones".

## REIVINDICACIONES

Sin embargo, esta acción no es la única denunciada por UPA-Almería, ya que Iglesias también ha afirmado que "junto con el bolo ruminal, los inspectores llevan consigo un documento que debe



■ Almería capital acogió la manifestación que congregó a unos 400 ganaderos de la provincia. / FHALMERÍA

ser firmado por el ganadero y que afirma que la solicitud de este sistema está realizada de forma voluntaria por el dueño de la explotación". Por este motivo, la organización ha pedido una reunión con el consejero de Agricultura, Martín Soler, "para ver si encon-

tramos la forma de mejorar esto". Una situación que los miembros de la organización agraria han catalogado de "vergonzosa y caradura que va a llevar a que sigamos luchando por un sistema de identificación que no perjudique a nuestras cabezas de ganado".

Durante la movilización ganadera, el delegado de Agricultura en funciones, Juan Deus, volvió a recibir a una pequeña representación de UPA, aunque Deus volvió a mantener la postura de que "no tengo datos que confirmen los daños del bolo ruminal".

## REAL DECRETO

### El Consejo de Ministros suprime el uso de varias sustancias beta-agonistas en la cría de ganado

■ Rafa Villegas

El Consejo de Ministros ha aprobado la modificación de la normativa vigente en materia de prohibición del uso de sustancias de efecto hormonal y tireostático, suprimiendo, incluso, la utilización de un número determinado de sustancias beta-agonistas que se empleaban hasta el momento en la cría de ganado.

La aprobación tuvo lugar el pasado viernes 10 de Abril. Con la nueva normativa, España ha incorporado a su ordenamiento jurídico las últimas disposiciones de la Unión Europea.

Con el nuevo Real Decreto que- da suprimido definitivamente el



■ La aprobación del Real Decreto tuvo lugar el 10 de abril. / FHALMERÍA

uso del denominado 17-Beta-Estradiol en la producción de animales destinados a la producción

de alimentos. Ya en la anterior normativa se especificaba que esta sustancia gozaría de una exención

temporal con fines de inducción del celo en bovinos.

El Consejo de Ministros ha decidido modificar la normativa debido a que ya existen en el mercado y se están utilizando en el sector ganadero una serie de productos alternativos y, según explican, "eficaces", por lo que han decidido no renovar la exención existente.

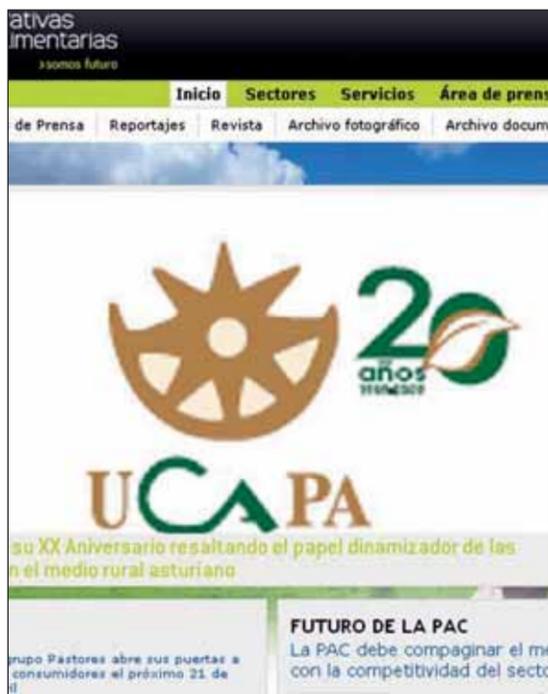
El fin principal de la nueva normativa no es otro que "garantizar, aún más, el nivel de protección de la salud de los consumidores", como ha informado el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino en una nota. Para los animales de compañía si se podrán emplear tireostáticos.

# Agricultura en la red

## EN LÍNEA

### www.agro-alimentarias.coop CCAe cambia de nombre a Cooperativas Agro-alimentarias

Cooperativas Agro-alimentarias (antes llamada Confederación de Cooperativas Agrarias de España) es la organización que representa y defiende los intereses económicos y sociales del movimiento cooperativo agrario español. Cooperativas Agro-alimentarias está formada por 16 Federaciones y Uniones Territoriales de Cooperativas Agrarias (FUTs) y Sergacan (Cooperativa de 2º grado de Cantabria), que ofrecen sus servicios y tienen su ámbito de actuación en sus respectivas Comunidades Autónomas. Así, Cooperativas Agro-alimentarias es el órgano común que representa a las cooperativas españolas de todas las Comunidades Autónomas del territorio ante la Administración nacional, en la Unión Europea.



■ Página central de Agro-alimentarias. / FHALMERÍA

## BREVES

### www.ecoalimenta.com Ecoinformación para los e-consumidores que se suben al carro de la alimentación más sana

La Web de Ecoalimenta nace con el objetivo de mantener al día a todos los interesados en el sector ecológico sobre las últimas novedades del mismo. Además, cuenta con un buscador de establecimientos ecológicos, con el fin de que el usuario tenga siempre a mano cualquier alimento que pueda consumir.

### www.bioforus.com La primera plataforma digital líder del sector que está al servicio de la agricultura ecológica

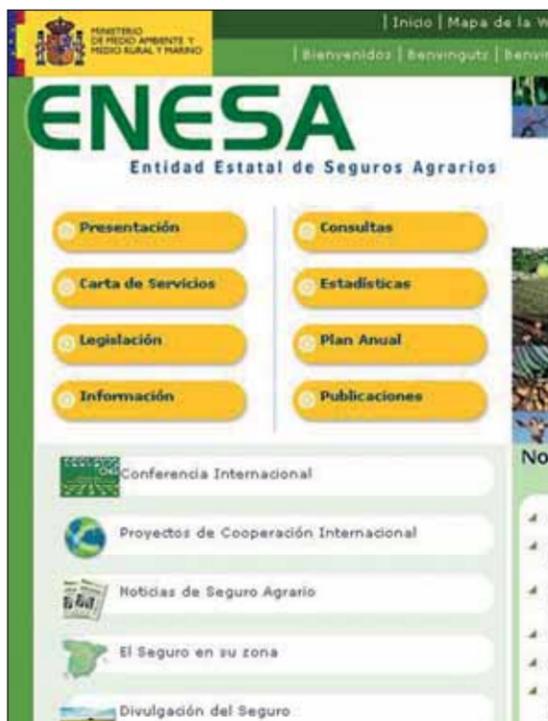
En el año 2003 nació esta página Web que se creó con el fin de ofrecer todo tipo de servicios a las empresas y profesionales del sector de la agricultura ecológica. Bioforus cuenta con enlaces para agricultores, ganaderos, apicultores o consumidores en los que se puede obtener todo tipo de información al respecto.

### www.elagricultor.com El espacio del agricultor que le ayuda a crear auténtica confianza para clientes y trabajadores

El portal Web www.elagricultor.com es un espacio creado por una serie de productores con el fin de acercar Internet al agricultor y al ganadero lo que, sin duda, ayudará a su desarrollo y bienestar. La misión de la Web es convencer al mundo agroganadero para que consigan los productos de la más alta calidad con la innovación.

### www.reder.es El apoyo y difusión del desarrollo rural a nivel nacional que presta servicio de valor añadido

La Red Española de Desarrollo Rural (REDR) es una asociación creada con el objetivo genérico de promover un modelo de desarrollo rural integral y sostenible. La REDR es un instrumento útil para los cibernautas, ya que se encarga de defender sus intereses, prestar servicios de valor añadido, planificar actividades, etc.



■ El portal ofrece información detallada. / FHALMERÍA

### www.enesa.com El portal Web más completo para el trabajador asegurado agrícola

A través de esta página puede disponerse de la legislación básica que regula el sistema de Seguros Agrarios Combinados, además de la diversa información destinada a facilitar a los agricultores, ganaderos y acuicultores el conocimiento de dicho Sistema. Dicha página Web cuenta con un gran número de apartados como cartas de servicios o legislación, en la que el usuario podrá conocer las novedades que el Estado introduce en tema de seguros agrarios. Del mismo modo, el apartado 'Seguro en su zona' ofrece la posibilidad de conocer, de una forma rápida y sencilla, las condiciones de aseguramiento para la localidad y cultivo de un agricultor en concreto. Finalmente, cabe destacar, la parte de la Biblioteca Virtual, en la que se podrá acceder a datos sobre los riesgos de seguros agrarios.

# Legislación

## EN BREVE

### Aprobados pagos directos de la PAC



El Consejo de Ministros aprobó el Real Decreto por el que se materializan las modificaciones en el 'Chequeo médico' de la Política Agraria Común (PAC). Entre estos cambios destaca la supresión de la obligación de retirada de tierras a partir del pasado 1 de enero.

### Frutas y hortalizas en las escuelas

El pasado 15 de abril entró en vigor el Reglamento comunitario por el que se establecen las disposiciones de aplicación del Plan de Consumo de Frutas y Hortalizas en las Escuelas. Según el Reglamento, España contará con una ayuda comunitaria de más de 7 millones de euros y los beneficiarios de este Plan serán "niños que frecuenten regularmente un establecimiento escolar administrado o reconocido por las autoridades competentes".

### Mezcla de vinos se retrasa dos meses



Los países de la Unión Europea (UE) votarán, finalmente, el reglamento que permitirá la mezcla de vinos tintos y blancos el 19 de junio, demorándose así dos meses sobre la fecha inicial. La regulación está en la OMC y países no comunitarios quieren presentar alegaciones.

## APOYO INSTITUCIONAL

# Andalucía concederá ayudas a fondo perdido al sector agroalimentario

ADemás, LA JUNTA OTORGARÁ CRÉDITOS POR VALOR DE 120 MILLONES Y CON CIERTAS FACILIDADES EN LA DEVOLUCIÓN

■ Isabel Fernández

La Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta tiene previsto conceder ayudas a fondo perdido y unos 120 millones en créditos para inversiones en la modernización del sector agroalimentario autonómico, según afirmó el director general de Industrias y Calidad Agroalimentaria, Ricardo Domínguez, durante la celebración del Salón del Club Gourmets, en Madrid. El responsable de la Administración explicó que ésta es una medida con la que la Junta pretende ayudar al sector a afrontar la actual crisis y, además, las dificultades que encuentran las empresas para obtener financiación de los bancos. Asimismo, apuntó que las futuras ayudas vienen a unirse a otras iniciativas que favorezcan la concentración de productores, de forma que puedan



■ La Comunidad cuenta con el 15% de la agroindustria. / FHALMERÍA

obtener mayor rentabilidad y una posición más fuerte para negociar con los distribuidores.

Domínguez detalló, por otro lado, que las empresas podrán optar tanto a las ayudas como a los créditos y explicó que, en el caso de estos últimos, aunque se mantendrán los tipos de interés del mercado, se permitirán plazos de devolución

más flexibles que los permitidos en los créditos convencionales.

### PLAN AGROINDUSTRIA

Ya el pasado mes de diciembre, el anterior consejero de Agricultura y Pesca de la Junta, Martín Soler, anunció que la Administración destinaría 1.000 millones de euros has-

ta 2013 a la puesta en marcha del Plan Estratégico Agroindustrial, cuyo objetivo es profundizar en el modelo sectorial de la agroindustria para, de este modo, analizar las fortalezas, las limitaciones en relación al mercado nacional e internacional y ver los retos junto con las organizaciones profesionales agrarias y los sindicatos. El objetivo general, según apuntó el anterior consejero en el momento del anuncio, es mejorar la competitividad de la industria y del sector agroalimentario, su empleo y capacidades de crecimiento y liderazgo. El sector de la agroindustria andaluza cuenta con un volumen de facturación anual en torno a los 13.000 millones de euros y, sólo Andalucía, representa el 15 por ciento del total de la agroindustria española, situándose en segundo lugar. La primera posición de este ranking es para Cataluña que, en la actualidad, da cabida al 22 por ciento, aproximadamente, del total de empresas de este sector, según los datos aportados por la propia Consejería de Agricultura y Pesca autonómica.

## GASÓLEO

# Agricultores pueden pedir la devolución del IEH hasta el próximo 30 de junio de 2009

■ I. F. G.

Los agricultores y ganaderos pueden solicitar la devolución del Impuesto Especial de Hidrocarburos (IEH) para el período comprendido entre el 1 de octubre de 2007 y el 31 de diciembre de 2008 hasta el próximo 30 de junio. En esta ocasión, la devolución se hará en relación a 0'079 euros por litro de gasóleo agrícola y, para acceder a ella, los productores deberán tener en su poder las facturas correspondientes a la compra del gasóleo y presentarlas en el momento de realizar su solicitud. Asimismo, deberán conservarlas hasta cuatro años después de su presentación.

Desde las organizaciones agrarias de la provincia, aunque han recibido de muy buena manera la



■ Maquinaria agrícola. / FHALMERÍA

apertura del período de solicitud, afirman que siguen siendo fundamentales algunas mejoras. Así, desde ASAJA-Almería apuntaron la conveniencia de mejorar los términos económicos de la devolución de este impuesto, así como la consecución definitiva de un gasóleo profesional.

## AYUDAS

# Junta destina 80 millones a una agricultura sostenible

■ I. F. G.

La Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta destinará 80 millones de euros al fomento y la potenciación de una agricultura y ganadería más sostenible en la Comunidad Autónoma. Así, ya se han convocado las ayudas agroambientales 2009, incluidas en el Programa de Desarrollo Rural de Andalucía (PDRA 2007-2013) y destinadas a incentivar a los agricultores y ganaderos comprometidos con el medio ambiente y con el mantenimiento y cuidado del patrimonio natural andaluz. En total, según informó la Administración autonómica, la nueva convocatoria contará con un presupuesto de 500 millones de euros para todo el programa, un 95

por ciento más que en el período 2000-2006.

Lo más novedoso de esta convocatoria es que, por primera vez en el marco 2007-2013, se podrán solicitar las ayudas para la producción integrada en arroz, alfalfa y olivares próximos a embalses de agua de consumo humano. Con esta convocatoria se da continuidad a unas ayudas que ya en el período anterior contaron con una gran acogida entre los productores. Junto a ellas, la Consejería también ha convocado subvenciones para la reforestación de tierras agrarias, con un presupuesto de 20 millones. El objetivo de esta medida es luchar contra la erosión y el cambio climático, así como promover la diversificación de la actividad agraria.

# Marketing

## EN INTERNET

### 'Lola' presenta el campo andaluz a los más curiosos

EL BLOG CREADO POR HORTYFRUTA APORTA AL CLIENTE CONOCIMIENTOS ACERCA DE TODAS LAS HORTALIZAS

Isabel Fernández

La Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA) ha creado un blog con el objetivo de satisfacer las demandas de información e inquietudes de quienes se interesen por el sector productor de frutas y hortalizas de la Comunidad Autónoma. En este sentido, y para darle 'vida' a esta iniciativa, la Interprofesional ha decidido que 'Lola', la contramarca creada para la promoción de los productos andaluces, sea la narradora y quien guíe a los visitantes a través de las distintas secciones del blog.

Esta herramienta se actualiza a diario con la intención de dar cuenta de la actividad de la organización y, así, se recoge información sobre las distintas misiones de promoción que lleva HORTYFRUTA por los distintos países comprado-



■ HORTYFRUTA ha creado un blog. / FHALMERÍA

res de los productos andaluces. Junto a ello, se incorporan datos sobre la actividad agraria propiamente dicha, aportando información, por ejemplo, de la evolución actual de la lucha integrada contra plagas.

Por último, 'Lola' también aprovecha la ocasión para transmitir a

quienes visiten el blog algunos de sus secretos de cocina y, así, casi a diario, se cuelgan recetas para elaborar con los productos de la tierra. En definitiva, el blog permite profundizar en el conocimiento de la organización y del sector agrícola andaluz y almeriense.

## COMUNICACIÓN

### Los envases diferencian los productos y se convierten en una fórmula comunicativa

Isabel Fernández

El packaging es para muchos expertos en marketing agroalimentario un nuevo elemento de comunicación, algo que llega mucho más allá del mero envase o estuche que recubre a cualquier producto, en este caso, frutas y hortalizas. En un mercado en el que la competencia es abismal y, sobre todo la diferenciación, en ocasiones, es muy difícil, el packaging gana importancia. Asimismo, los expertos consideran que, en una sociedad en la que el consumidor no tiene tiempo para leer la etiqueta, el envase tiene que contener toda la información necesaria para que, en un momento dado, ese consumidor se decante por un producto u otro.

El packaging, el envase, supone el primer contacto del cliente con aquello que pretende adquirir y, por tanto, cuando menos, debe ser llamativo, debe atraer su atención, y esto se hace a través de su forma física. Teniendo esto en cuenta, Gabriel Olamendi, consultor de marketing, en un artículo publicado en la Web www.es-

toemarketing.com, afirma que "es necesario prepararlo para ese momento, es imprescindible darle armas con las que defenderse, argumentos con los que convencer, personalidad con la que destacarse".

Asimismo, Olamendi habla de cuatro funciones básicas de un envase; en primer lugar, informar, para, de este modo, decantar la compra en el propio punto de venta. En segundo lugar, diferenciarse, ya que "el público tiene que sentir que está comprando y consumiendo o utilizando el producto que desea y no otro". En tercer lugar, ilusionar y, en cuarto y último lugar, provocar. "Ante precios similares, gana quien más provoca por sus colores, su fotografía, su beneficio escrito claramente en la cara frontal, su categoría...", afirma.

Por último, este experto destaca que, para lograr todo esto, hay que tener en cuenta diversas variables a la hora de diseñar un envase y, entre ellas, destacan la propia forma del envase, el tamaño, el color, e incluso, el respeto del envase al entorno.

## IMÁGENES



### I Concurso "Espacios rurales y la flor del almendro"

La obra 'Photographer' (arriba), de Miguel Hidalgo García, ha sido la ganadora del I Concurso de Fotografía 'Espacios rurales y la flor del

almendro', organizado por el Ayuntamiento de Albox. Según comentó el alcalde del municipio, José García, "el objetivo de esta pro-

puesta era promocionar social y turísticamente la comarca en torno a la imagen del almendro", muy especial en esa zona.

## HÁBITOS ALIMENTICIOS

### Los recetarios ejidenses contribuyen a fomentar el consumo de hortalizas

I. F. G.

Según el último estudio realizado por la asociación '5 al día', sólo una de cada cuatro personas con sobrepeso consume frutas y hortalizas y, en el caso de las personas con obesidad, ni tan siquiera un 10 por ciento toma habitualmente estos alimentos. Asimismo, este informe recoge que, a pesar de ser España uno de los países de la Unión Europea (UE) donde más frutas y hortalizas se consumen, aún así, no se llega al mínimo recomendado de 5 piezas al día. Por todo ello, desde el propio sector productor y comercializador de este tipo de alimentos es fundamental promocionar su consumo, ya que, sólo así, y a medio y largo plazo, se

logrará mantener la estabilidad del sector.

En este sentido, desde el Ayuntamiento de El Ejido, ya hace años que se distribuyen recetarios sobre cómo cocinar las frutas y hortalizas que se producen en el municipio y, de este modo, están 'ayudando' a los consumidores a aprender a preparar de forma adecuada estos alimentos. Asimismo, y gracias a la variedad de recetas, se consigue 'animar' al público en general a querer probar esos alimentos y, por tanto, contribuir al mantenimiento de la actividad. Con la distribución de estos recetarios, desde el Consistorio ejidense se promueven también unos buenos hábitos de alimentación entre la población en general.

# Medio ambiente

## DESASTRE NATURAL

# El pastoreo en los cortafuegos es 'lo último' para prevenir los incendios

EN LA PROVINCIA, FUERON 700 LAS OVEJAS QUE, EN EL AÑO 2008, PASTARON EN 40 HECTÁREAS DE LA ZONA NORTE

■ Isabel Fernández

El pastoreo controlado en los cortafuegos es lo último en prevención de incendios. De hecho, ya el año pasado, más de 700 ovejas pastaron en los cortafuegos de los municipios de Chirivel y Vélez Blanco, cubriendo una superficie total de 40 hectáreas. Para ello, se cerraron varios acuerdos con los ganaderos de la zona. Ésta es, además, una de las últimas iniciativas de la Junta de Andalucía para prevenir incendios y hacerlo con el mayor respeto posible al medio ambiente. Las ventajas, desde luego, son muchas.

Según informaron desde la Delegación Provincial del ramo, "esta estrategia persigue que, en áreas seleccionadas y mediante el manejo del ganado por un pastor, el paso del ganado posibilite la disminución de la cobertura vegetal de los cortafuegos, compuesta por pasto y matorral, reduciendo así el riesgo de incendios forestales". Asi-



■ Las primeras ovejas pastaron en los municipios de Vélez Blanco y Chirivel. / FHALMERÍA

mismo, a su paso, el ganado puede alimentarse de la vegetación de la zona, algo que no es poco si se tiene en cuenta que cada oveja puede comer, al día, unos 5 kilos de pasto fresco o, en su defecto, 1 kilo de pienso. Esto, claro está, supone un beneficio para los ganaderos.

En cualquier caso, los pastores están continuamente sometidos a

la inspección de la Administración para asegurarse de que llevan perfectamente a cabo su trabajo. Esta iniciativa, que no es más que recuperar una actividad tan tradicional como el pastoreo, se puso en marcha en 2005, tras la firma de un convenio entre el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) y la Consejería de Medio

Ambiente para un estudio conjunto sobre experiencias de control de vegetación mediante ganado.

En total, en Andalucía, según los datos de la Consejería, son casi medio centenar los pastores que ya forman parte de esta iniciativa y que suman casi 15.000 cabezas de ganado, entre ovejas, cabras y vacas, que pastan en más de 2.000 hec-

táreas de cortafuegos de toda la Comunidad. Estos profesionales se comprometen a mantener libre de vegetación indeseable la zona asignada y la Administración, por su parte, les concede una prestación económica que se establece en función de los objetivos alcanzados y de las peculiaridades de cada zona.

Con la puesta en marcha de esta iniciativa, la Junta de Andalucía, a través de sus consejerías de Medio Ambiente y Agricultura y Pesca, se ha integrado, además, en el programa Interreg III de los países mediterráneos, denominado Pastomed II y que se centra sobre las experiencias de pastoreo en estos estados. Proyectos de este tipo ya llevan más de 20 años funcionando en Francia y, en breve, se iniciarán en otros países del entorno de España, como pueden ser Italia, Grecia o Portugal. En el caso de la provincia almeriense, este pastoreo destinado a la prevención de incendios se centra, de momento, en las zonas del norte, entre otras cosas, porque es allí donde se concentra el mayor número de ganaderos. Asimismo, esta nueva 'funcionalidad' del ganado permite mantener, en tiempos de crisis, una actividad que hace varios años que no pasa, precisamente, por su mejor momento.

El pastoreo en cortafuegos es, quizás, la mejor forma de prevenir incendios, ya que es un método ecológico. Asimismo, esta actividad trae consigo un beneficio social, ya que implica a la población de las propias zonas rurales en su cuidado y conservación.

## SOSTENIBILIDAD

# La Junta presenta una guía para la restauración vegetal en las carreteras andaluzas

■ I. F. G.

El director general de Carreteras de la Junta, Jesús Merino, presentó en Almería la guía especializada sobre el tratamiento vegetal de las carreteras andaluzas, una herramienta cuyo objetivo es facilitar información a los técnicos sobre las especies autóctonas y las condiciones ambientales del territorio. Con esta información, según apuntaron desde la Administración, los responsables de las obras podrán diseñar los planes de restauración paisajística más favorables para el entorno y contribuir así a la lucha contra el cambio climático.

Desde la Junta indicaron que la plantación de especies adecuadas es un factor determinante para que la vegetación actúe como reductora de dióxido de carbono, con todos los efectos positivos que esto puede traer consigo para el entorno. Asimismo, los árboles y arbustos plantados junto a las carreteras contribuyen a una conducción más segura, evitando destellos y disminuyendo los taludes en márgenes. Por todo ello, la Administración andaluza ha editado esta guía que incluye mapas de todas las provincias y, además, adjunta una lista de los tipos de árboles y arbustos presentes en cada una.

## PROGRAMA 'MEDIO AMBIENTE EN LA CIUDAD'

# Alumnos nijareños siembran 300 plantas para mantener el entorno

■ I. F. G.

Unos 70 alumnos del IES Campos de Níjar, en el municipio de Campohermoso, sembraron 300 plantas en el entorno del aljibe 'El Bermejo de Saladar y Leche', una acción que se enmarca en el programa 'Medio ambiente en la ciudad', que organiza la ONG Fundación para el Desarrollo Sostenible (FUNDESO) y cuyo objetivo era crear una pantalla verde alrededor del recinto, ocultando así la planta de reciclado de plástico que se ubica a su lado. En este sentido, Francisca García, representante de la ONG, comentó que "este proyecto pone



■ La plantación. / FHALMERÍA

fin a la actividad de sensibilización medioambiental en materia de contaminación que se ha desarrollado en el instituto".

Por su parte, el concejal de Agricultura y Medio Ambiente

de Níjar, José Requena, quiso agradecer su colaboración al vivero El Abardinal, de Rodalquilar, "que nos ha facilitado 100 ejemplares de Tetraclinis articulata, 50 palmitos y más de 150 plantas aromáticas".

Antes de la siembra por parte de los alumnos nijareños, el Consistorio del municipio había procedido a la limpieza de los residuos de la zona y a la eliminación de las plantas indeseables. Con esta iniciativa se cumple un doble objetivo; por un lado, concienciar a los más jóvenes en el respeto al entorno y, por otro, contribuir al mantenimiento del medio ambiente en la zona.

# COMIA

Comunicación e Información Agraria s.l.

**¿HA PENSADO ALGUNA VEZ QUÉ IMAGEN  
TIENE SU EMPRESA?**

**LA IMAGEN HACE IMPORTANTE A LA EMPRESA**

**!!!DIFERÉNCIATE!!!**

## **Campaña de imagen**

Gabinete de prensa

Agencia de publicidad

Organización de eventos

(congresos, inauguraciones,...)

Diseño de imagen corporativa

Creación de revistas de empresas

Creación de página Web

...

**TODO LO QUE SU EMPRESA NECESITA  
PARA QUE SEA LA PRIMERA EN UN MERCADO  
TAN COMPETITIVO,**



# Gastronomía vegetal

## EL CHEF



## ANTONIO ABAD

CHEF DE COCINA

Antonio ha dedicado la mayor parte de su vida a apostar y promocionar la hostelería; herencia que le viene dada por sus padres Antonio y Teresa.

Actualmente regenta su propio restaurante situado en la alpujarra almeriense, y más concretamente en Padules; siendo allí dónde mima y cuida hasta el más ínfimo detalle para ofrecer la mayor calidad al mejor precio, apostando siempre por una atención y un servicio inmejorable y trabajando siempre con las mejores materias primas de la provincia.

El Restaurante Abad es un restaurante de tipo familiar que ha ido evolucionando hasta convertirse en un establecimiento de bandera conocido en toda la provincia, ya que posee cafetería, bar y restaurante, tanto de menú diario como de carta, y un maravilloso salón de celebraciones.



## DEL MAR Y D ELA TIERRA

### PREPARACION

Dejamos el bacalao 24 horas en agua fría para desalarlo dentro de la nevera. Cambiamos el agua 3 veces cada 8 horas.

En una cacerola ponemos el bacalao y lo cubrimos de agua fría, lo llevamos al fuego y lo retiramos cuando comience a hervir. Dejamos reposar durante 20 minutos.

Sacamos el bacalao, retiramos la piel y las espinas y lo desmenuzamos.

Ponemos las patatas en agua fría y las cocemos durante 20 minutos; las escurrimos y las pasamos por el pasapurés.

Cocemos al baño María el bacalao desmigado, la patata triturada y los ajos machacados en una cazuela con agua. De esta manera, la cocción del bacalao no se hace a fuego directo sino por el agua caliente de la cazuela donde está introducido el recipiente que lo contiene.

Se añade poco a poco el aceite y la leche templada mientras movemos con energía con una cuchara de madera.

Debe quedar una crema no demasiado espesa.

Rellenamos las flores de calabacín con la brandada de bacalao, rebozamos y freímos en abundante aceite caliente virgen extra de la almazara de canjayar.

Por último emplatamos y servimos.

## Flor de calabacín de brandada de bacalao



### LA CESTA DE LA COMPRA

4 flores de Calabacín  
400 g de bacalao salado.  
400 g de patatas.  
Un cuarto de litro de leche.  
2 dientes de ajo.

Abundante aceite virgen extra de la almazara de Canjayar.  
Huevo batido  
Harina  
Pan rayado  
Sal.

## TEXTURAS Y SABORES

## Milhoja de sobrasada, miel y germinados



### LA CESTA DE LA COMPRA

Rodajas de patata cocida  
Sobrasada Mallorquina  
Miel Milflores de los Filabres  
Germinados de Almería Variados

### PREPARACIÓN:

Cocer las patatas, cortarlas en rodajas. Disponer capas de patata sobrasada y miel Emplatar y guarnecer con germinados de cebolla, lombarda etc.

## EXPLOSIÓN DE SABORES

## Parrillada de verduras



### PREPARACION

Poner todas las rodajas a la plancha con un poquito de aceite, y cuando estén al punto, retirar, emplatar, ponerle un

poco de aceite de arbequina en crudo y unos cristales de sal. Para potenciar el sabor del plato preparado, lo mejor es servir caliente.

### CESTA DE LA COMPRA

Rodajas de berenjena  
Rodajas de calabacín  
Rodajas de tomate  
Rodajas de cebolla  
Rodaja de pimiento amarillo  
Espragos verdes

Rodajas de pimiento rojo la muyo  
Rodaja de pimiento verde  
Aceite de oliva virgen extra arbequina  
Cristales de sal maldom

# Agenda

■ FORO

## Bioterra, la feria referente del Norte

Del viernes 5 al domingo 7 de junio se celebra en Gipuzkoa Bioterra 2009. Una feria con una excelente salud, como demuestran los resultados que alcanzó en la edición anterior, con incrementos del 38% en el número de visitantes y del 20% en la superficie expositiva. Estos datos permiten afirmar que se ha hecho realidad el objetivo de convertir a Bioterra en la feria de referencia del norte de España en su sector. Desde la organización esperan que esta nueva edición mantenga la trayectoria de crecimiento continuado que la ha caracterizado y, como desde el evento saben que 2009 no va a ser un año fácil, se han atrevido a congelar precios. Se pretende que las empresas accedan a nuevos clientes y nuevos mercados, y que lo hagan en las condiciones más ventajosas posibles.



■ EXPOLIVA 2009

## Mayo se rinde al aceite de oliva



Expoliva es la feria internacional del aceite de oliva e industrias afines más importante del mundo. Está dedicada al sector del olivar y del aceite de oliva. Será del 13 al 16 de mayo en Jaén y su crecimiento ha sido espectacular tanto



en medios, espacio físico, repercusión económica como visitantes profesionales. Más de 25 años avalan la organización de las trece ediciones de un evento que convierte a la capital jienense, durante unos días, en lugar de encuentro y dinamización para todos los profesionales del sector. De este modo, la trayectoria de Expoliva ha sido y es la de un compromiso por el progreso de un sector que en Jaén tiene raíces milenarias y que ha sido protagonista a lo largo de su historia. Ejemplo inmediato lo muestra la exposición Tierras del Olivo, que desde el mes de diciembre de 2007 hasta el mes de abril de 2008, ha mostrado el pasado, presente y futuro del olivar en el mundo.

■ CHARLA

## El V Congreso Mundial del Jamón tiene sede en Huelva

Del 6 al 8 de mayo se celebra el V Congreso Mundial del Jamón. Como novedad este año se desarrollará en un espacio natural que engloba toda la geografía de los pueblos de la Sierra de la provincia de Huelva.

■ PREMIOS PROEXPORT convoca los I premios Agroiintegrados

La Asociación de Productores y Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia quiere distinguir la labor de empresas o cooperativas agrarias que contribuyan a la integración sociolaboral del mayor número de trabajadores. Los premios valorarán la integración de aquellos colectivos con mayores dificultades, como inmigrantes, jóvenes y mujeres con dificultades, personas con discapacidad física o mental, parados de larga duración o mayores de 45 años. Los galardones se dividirán en la categoría de Empresas Agrarias y ONG's. Las candidaturas podrán presentarse hasta el 5 de mayo.

■ FERIA

## Navarra Gourmet vuelve como fusión de acontecimientos gastronómicos

Del 18 al 20 de mayo, Pamplona acoge la feria 'Navarra Gourmet'. Es la fusión de acontecimientos gastronómicos que se celebran anualmente en la Comunidad Foral y que gozan de un merecido reconocimiento nacional e internacional. Concebido como el mayor evento gastronómico organizado nunca en Navarra, el objetivo



es consolidar esta Comunidad como un claro referente de la alta cocina y los productos agroalimentarios.

■ FORO

## BioCultura, nuevo año de la feria de las alternativas y consumo responsable

BioCultura es símbolo del cambio, necesario e imprescindible, para dar el paso definitivo hacia un mundo realmente sostenible. La nueva edición se celebrará del jueves 7 al domingo 10 de mayo. La feria de las alternativas y el consumo responsable es la avanzada de todas aquellas tendencias modernas y antiguas que quieren hacer del mundo un



lugar más agradable y limpio para vivir dignamente.

■ ENCUESTRO

## La mayor feria del vino en España llega con FENAVIN

Del 5 al 7 de mayo regresa una de las ferias del vino más nombradas. Esta novedosa propuesta ha facilitado, en sólo cuatro ediciones, que FENAVIN se convierta en la feria monográfica del vino más



importante de España y la única que ofrece una capacidad de negocio contrastada. El evento se celebra en Ciudad Real y su fin es hacer ne-

■ JORNADAS

## Chipiona acoge una charla sobre técnicos agrícolas

Desde el 21 de abril hasta el 4 de mayo se celebrará en Cádiz un curso sobre Cualificación de Técnicos en Producción Integrada de Hortícolas Bajo Abrigo. El mismo está dirigido a técnicos del sector que tengan realizado algún curso de cualificación de Técnicos en Producción Integrada de 60 horas.

■ CONGRESO

## Los expertos de la pera se dan cita en Bélgica

El 28 y el 29 de mayo de 2009 se celebrará en Sint-Truiden, el corazón del cultivo de la pera en Bélgica, el Segundo Congreso Internacional de la Pera, Interpera. El programa para el 2009 abarcará presentaciones relativas al cultivo de frutas.

■ SALÓN

## Barcelona Tecnología de la Alimentación regresa después de 3 años de ausencia



La feria trienal Barcelona Tecnología de la Alimentación se llevará a cabo del 11 al 15 de mayo. El evento tiene tres salones especializados en maquinaria y tecnología para la industria alimentaria, la industria cárnica y los productos alimentarios intermedios. Y es que, esta feria va a ser la mejor baza para innovar.

■ JORNADAS

## Transferencia de Tecnología dentro de Expoliva

Con motivo de promover la innovación a través de la cooperación y la transferencia de tecnología, el próximo 13 de mayo, se va a celebrar en Jaén una Jornada de Transferencia de Tecnología, TTAndalucía, en el sector olivarero y oleícola, en el marco de Expoliva 2009, XIV Feria In-

ternacional del Aceite de Oliva e Industrias Afines, dedicada al sector del olivar y del aceite de oliva. El objetivo de la Jornada TTAndalucía es reunir a empresas, grupos y centros de investigación andaluces de este sector, ofreciéndoles la posibilidad de explorar sus oportunidades tecnológicas a través de encuentros bilaterales preestablecidos, para buscar de manera eficiente acuerdos estratégicos como licencias, transferencia de Know-how o proyectos de I+D.

# El Ejido

**ALMERÍA**

Cultivamos  
la Calidad  
con Seguridad.

La agricultura en El Ejido afronta continuamente nuevos retos demandados por los mercados más exigentes del mundo. Hablar de Buenas Prácticas Agrícolas, Control Biológico y Respeto por el medio ambiente, no son una novedad en nuestro campo.

Para los Agricultores de El Ejido, la seguridad y el cuidado de los frutos son siempre prioritarios para asegurar la mejor calidad a los consumidores europeos.

Una receta  
con mucha  
proyección



**A BIGGER  
GAZPACHO**

Esta receta elaborada con hortalizas típicamente de nuestra región ha alcanzado fama mundial por su rico sabor y aporte nutricional.

