

CONTAGIOS EN HAMBURGO

Alemania provoca el rechazo injustificado de las hortalizas almerienses en toda Europa

En la primera semana las pérdidas superan los 200 millones de euros Pág. 3



■ La consejera Clara Aguilera comió pepinos de la finca almeriense supuestamente infectada. / CONSEJERÍA DE AGRICULTURA.

COMARCAS

La Guardia Civil lleva a cabo una oleada de detenciones de ladrones en el campo P. 10

DOCUMENTAL

La BBC llega a El Ejido para hacer un reportaje positivo sobre su agricultura P. 11

Anecoop prevé doblar la producción de sandía mini con 10.000 toneladas

Página 2

ACTUALIDAD

Juan y Medio será la imagen del Grupo Fashion un año más P. 4

www.philoseed.es

El sabor auténtico

Ibérico

El pintón larga vida

Tyntón

PhiloSeed

ESPECIAL Tomate Págs. 17 a 32

Miles de agricultores seleccionan la semilla para 10.000 hectáreas de tomate en Almería

Los productores de tomate eligen durante estos días el tipo y la variedad de tomate para 9.939 hectáreas que arrojarán una producción cercana al millón de toneladas en la próxima campaña.

Actualidad

CIFRAS Y CAMPAÑA

Anecoop prevé doblar la producción de sandía mini y llegar a las 10.000 Tm

LA ENTIDAD OFRECE SUS DATOS GENERALES, CELEBRA LOS 20 AÑOS DE BOUQUET Y PRESENTA LA NUEVA CAMPAÑA 'DANDO EJEMPLO'

■ Elena Sánchez

La cooperativa de segundo grado Anecoop ha presentado sus cifras generales en cuanto a sandía se refiere destacando el incremento de la producción de la variedad mini en un 100 por cien, ya que se prevé llegar a las 10.000 toneladas en esta campaña en comparación de las 5.000 del año anterior. En cuanto a otros datos destacados, Anecoop ha informado de que la previsión del volumen de sandía sin pepitas para este ejercicio es de 80.400 toneladas, mientras que la producción con pepitas será de 28.000 Tm, lo que lleva a ver que se producirá un incremento del 6 por ciento en comparación con la campaña pasada, el cual ha sido protagonizado por la sandía sin pepitas, especialmente, la mini.

La sandía Bouquet cumple este año su 20 aniversario, un periodo en el que se han comercializado 1.252 millones de kilos, siendo la sandía roja sin pepitas la más producida, con 64.000 toneladas previstas para la presente campaña. En estos 20 años, Francia se ha convertido en el principal país de destino, con 27.000 toneladas, se-



■ La sandía mini de Anecoop es una de las más demandadas por el consumidor. /FHALMERÍA

guida de España, con 20.700 Tm; y Alemania, con 17.500. De hecho, para la cooperativa de segundo grado Anecoop, la sandía Bouquet - "ha sido y es un producto altamente diferenciador. Fuimos pioneros en la categoría de sandía sin pepitas y hemos conseguido que en muchos países se identifique la categoría con nuestra marca, algo que se logra con muy pocos pro-

ductos y menos aún en este sector".

CAMPAÑA PROMOCIONAL

Igualmente, Anecoop ha presentado la campaña promocional que se podrá ver durante este año sobre Bouquet, en la que se va a incidir tanto en el canal como en el consumidor final. En cuanto a este

último, la novedad es que además de hacerlo a través de los medios tradicionales como son la emisión de un spot publicitario en Disney Channel y en los canales autonómicos adscritos a FORTA y de las inserciones publicitarias en revistas femeninas, se va a continuar haciendo mucha fuerza on-line con las redes sociales como soporte. En este sentido, en cuanto a las promociones previstas en los diferentes países, por ejemplo, en Francia, Anecoop va a colocar soportes publicitarios en el metro de París y Región, con carteles en estaciones y accesos al metro; carteles en estaciones, andenes y accesos a las redes de metro y tranvía en Lille y Lyon; o carteles en la red MIN de Francia.

Por su parte, en la República Checa se realizarán degustaciones en puntos de la ciudad con reparto de merchandising, acciones a través de la Web de Bouquet en Chequia; un tranvía con la imagen de Bouquet en el exterior e interior; concurso de radio; evento para prensa, etc. Mientras, en España se continuará con las campañas de

La IV gama sigue un gran proceso de evolución

■ E. S. G.

La IV gama es una de las acciones que más están evolucionando cada campaña en el desarrollo de la cooperativa de segundo grado Anecoop. De hecho, según ha informado la entidad, "en sandías, concretamente, para nosotros tiene mucha importancia tanto por la que procesamos nosotros en porciones, cuartos, medias y ensaladas de frutas, así como las ventas a procesadoras en diferentes países como Reino Unido, Francia y Alemania.

Sin duda, este sector se está abriendo camino poco a poco en el mercado tanto nacional como internacional gracias a su buen hacer y a las ventajas y características que tienen los productos procesados, lavados y listos para su consumo. La IV gama se emplea en la mayor parte de las frutas y verduras y se sigue investigando para lograr novedades que sacar al mercado.

televisión, on-line o redes sociales (Facebook y Twitter) a través de la plataforma cultivamosfuturo.com basada en los valores de RSC de Anecoop. Además, dentro de la Web de Bouquet en breve "incorporaremos una sección que será un Calendario de Frutas y Hortalizas para dar información práctica al consumidor sobre las frutas y verduras, cuáles están de temporada, datos y curiosidades, conservación, lugares de temporada, etc".

EN FRUIT ATTRACTION

De hecho, esta campaña se presentó a finales de octubre de 2010 en Fruit Attraction con el fin de fomentar la alimentación saludable, garantizar la seguridad alimentaria, el respeto al medio ambiente y la conservación de los recursos naturales y generar proyectos de economía social para poder mejorar el bienestar de los agricultores asociados.

El concurso 'Dando Ejemplo' se encuentra en pleno desarrollo

La segunda fase de la campaña de Bouquet 'Cultivamos Futuro' ya está en marcha con el desarrollo del concurso 'Dando Ejemplo'. Se trata de la continuación de una acción de crowdsourcing en la que se pedía a la comunidad on-line que aportase ideas para hacer que los niños coman más frutas y verduras. Este concurso se prolongó durante tres meses, en los que se recogieron cerca de 300 ideas y se

registraron más de 7.000 personas en la Web para aportar ideas, votar o comentar lo que otros habían planteado. En este sentido, ahora, 'Dando Ejemplo', parte de los resultados de la primera fase y 10 familias españolas concursarán on-line durante 3 meses, superando retos y pruebas que tendrán que compartir a través de Facebook con el resto de la comunidad a través de imágenes o ví-

deos. Durante los tres meses del concurso recibirán fruta y verdura Bouquet en sus casas. La familia ganadora del concurso recibe el mismo premio que las 10 ideas ganadoras de la primera fase: un año gratis de fruta y verdura Bouquet a domicilio.

'Cultivamos Futuro' es un punto de encuentro donde expertos en nutrición, productores, amas de casa, profesores, padres y madres de alumnos, familias, profesionales y consumidores en general participan y prescriben los beneficios de una alimentación saludable basada en las frutas y verduras.

ACUSACIONES

El sector hortícola continúa en una injustificada cuarentena debido a la crisis del pepino

TODOS LOS AFECTADOS POR LA BACTERIA E.COLI SE HAN INFECTADO EN ALEMANIA, ALGUNOS DE ELLOS NI SIQUIERA HAN CONSUMIDO LA VERDURA

Rafa Villegas

La publicación por parte de las autoridades sanitarias de Hamburgo el pasado jueves de que el causante del brote infeccioso que había provocado la muerte de varias personas, inicialmente sólo en el Norte de Alemania, había sido causado por una bacteria llamada *Escherichia Coli* (E.Coli) encontrada en una partida de pepino procedente de Almería ha hundido el sector.

La situación, desde el momento en el que los enfermos aumentan cada día, así como el número de fallecidos, es grave. Sin embargo, las incongruencias en cómo está gestionando la crisis Alemania son muchas. La cadena que va desde la producción del pepino hasta que llega al consumidor final es muy larga y desde España no se entiende el porqué desde el país germano se ha señalado tan a la ligera como responsable al pepino español.

Las primeras consecuencias están siendo graves. Y es que ya no son sólo los agricultores almerienses los que están teniendo dificultades a la hora de comercializar sus productos. En los periódicos alemanes también se que-



■ La consejera de Agricultura de la Junta de Andalucía, Clara Aguilera, comiendo pepino. / FHALMERIA.

jan los miembros del sector agrícola del país, ya que la psicosis ha hecho que nadie quiera pepino, pero tampoco lechuga y tomate.

La reacción por parte de la consejera de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, Clara Aguilera, ha sido enérgica. La consejera exige una rectificación, que se llegue hasta el final en la investigación para esclarecerlo todo y que se hagan públicos los informes. Aguilera no dudó en visitar una de las fincas almerienses que está bajo sospecha, en el término municipal de Pechina, y comer pepino en solidaridad con los agricultores.

El Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) tampoco se ha quedado atrás. Su titular, Rosa Aguilar, ha exigido a Alemania que "asuma su responsabilidad para que el sector se vea resarcido en daños".

Aguilar ha ido más lejos aún, ha demandado a la Unión Europea ayudas que compensen las pérdidas injustificadas que está soporcionando el sector. Sin ir más lejos, la Federación Española de Productores y Exportadores de Frutas y Hortalizas (FEPEX) ha cifrado en unos 200 millones de euros a la semana las pérdidas que se están registrando.

El secretario de Estado para la Unión Europea, Diego López Garrido, también ha asegurado que se le van a pedir responsabilidades a Alemania por la crisis del pepino, así como que van a ver la posibilidad de exigirle a la Unión Europea una indemnización por el daño que está padeciendo el sector hortofrutícola español.

Lo cierto es que en Alemania sigue enfermando gente, y eso que al país no está entrando pepino almeriense desde que se produjeran las primeras infecciones en el Norte del estado. Tampoco se entiende que haya personas afectadas por la bacteria E.Coli que no han ingerido en ningún momento pepino, ya que, en teoría, ésta no se transmite, en ningún momento, con el contacto de persona a persona.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Toda Europa se ha hecho eco de la noticia

La crisis del pepino ha dado la vuelta al mundo. Las portadas de los principales periódicos europeos y las aperturas de los informativos radiofónicos y televisivos más importantes se han hecho eco.

Países como Bélgica, Austria, Rusia y, por supuesto, Alemania,

ya deniegan la entrada de varias hortalizas procedentes de España y la psicosis sigue ahí.

Los diarios que más páginas le dedican al tema son, lógicamente, los españoles y los alemanes, como el Spiegel, por ejemplo, donde barajan todas las hipótesis, tanto las que toman más peso en Almería como las que defienden las autoridades sanitarias de Hamburgo.

Todos y cada uno de los afectados, alemanes o no, se contagiaron en suelo germano.

TUTA absoluta

La **Tuta Absoluta**, más conocida como la polilla del tomate, se ha convertido en la principal amenaza de los cultivos de tomate.



Defectos en la piel producidos por la Tuta.

Hasta...

...Hoy



TRICHO control



(*Trichogramma achaeae*)

Una verdadera **revolución** en el control biológico. Con una probada **eficacia (92-98 %)** especialmente adaptado a las condiciones climáticas de Almería. **Hoy** los productores de tomate tienen al alcance de la mano un insecto capaz de controlar **limpiamente** la plaga más dañina en ese cultivo.

¡SOLUCIÓN ABSOLUTA!



Agrobío

NEGRA SIN PEPITAS

Juan y Medio será la imagen de la sandía del Grupo Fashion un año más

AGF ESTIMA QUE COMERCIALIZARÁN EN LA PRESENTE CAMPAÑA EN EL MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL 70 MILLONES DE KILOS

■ José Antonio Gutiérrez

El Grupo Fashion presentó en Almería su campaña de sandía para este año en la que sigue manteniendo como reclamo al presentador almeriense Juan y medio. Asociación Grupo Fashion (A.G.F.) ha dado la salida oficial el pasado viernes 20 de mayo en Almería a su nueva campaña 2011 en un acto de presentación a los medios de comunicación celebrado en el Gran Hotel Almería, con la asistencia del presidente de la asociación, José García, el coordinador general, José Cárdenas, el coordinador de Marketing, Crisanto Ampuero, el coordinador comercial, José Enrique Moreno, y el actor y presentador Juan y Medio, protagonista de la campaña publicitaria. También han estado presentes representantes de las empresas que componen A.G.F.

En 2011, A.G.F. prevé un volumen de producción de 70 millones de kilos, con una superficie cultivada de unas 1.700 has, tanto en invernadero como al aire libre.

A.G.F. ofrece de nuevo al mercado su exquisita sandía marca 'Fashion', apoyada por 5º año consecutivo por una fuerte campaña en TV, revistas, Internet, materiales de punto de venta y otras acciones de comunicación.

El actor y presentador alme-



■ El presentador Juan y Medio presta su imagen a la campaña del Grupo Fashion. /FHALMERÍA

riense Juan y Medio continúa este año avalando este proyecto como protagonista del spot de televisión y del material gráfico de la campaña.

El coordinador general del proyecto comentó a los medios que "los protocolos de producción son mucho más estrictos que los exigidos por la Unión Europea". Es por ello que consideran que 'Fashion' se ha convertido en la primera marca de sandías de Europa gracias "a la confianza de nuestros consumidores", añadió.

El coordinador comercial, José Enrique Moreno, comentó que "hemos coordinado a 24 empre-

sas que son competencia entre ellas lo cual consideramos que ya de por sí es un gran éxito". También quiso destacar "el compromiso de fidelidad hacia los clientes con una calidad estándar para todas las sandías".

Por su parte el responsable de Marketing del proyecto, Crisanto Ampuero, recordó los inicios de este trabajo en el año 2002, "posteriormente empezamos a comercializar en 2006 y ahora llegamos a los 70 millones de kilos que es una cantidad muy importante". Habló también de las posibilidades de "tener producto en línea todo el año gracias a

que el esfuerzo de los socios es muy alto". Comentó que las producciones anuales se inician en Senegal y se continúa en España, especialmente en el Arco Mediterráneo y en otros puntos del interior y el Norte peninsular. Esto le permite tener sandía en los supermercados diez meses al año.

Ampuero también anunció "nuevas variedades como minifashion que completa la oferta de este año, de cara a potenciar las posibilidades de nuestros clientes". El presentador y actor Juan y Medio que este año será de nuevo la imagen de la esta-

sandía en la campaña de difusión y marketing diseñada por el grupo A.G.F. comentó que se lo pensó profundamente antes de decidirse y "si no llega a ser por las excelentes calidades de la sandía no me hubiera comprometido con el proyecto". Dijo sentirse satisfecho por el trabajo en el que ha participado y destacó que "es difícil potenciar una marca durante una crisis como la actual".

Finalmente el presidente del Grupo A.G.F. comentó que "este trabajo que estamos haciendo debe ser el cimiento de grandes proyectos en beneficio de nuestra agricultura". Asimismo agradeció el trabajo de todos los que están participando en el proyecto de la sandía 'Fashion' y muy especialmente el trabajo desarrollado en marketing con la presencia del conocido presentador.

SABOR DULCE

Sandía marca 'Fashion' se caracteriza por su gran sabor, dulce y crujiente, por no tener semillas y por mantener el aspecto tradicional de la sandía "de toda la vida". Un producto excelente, con una carne de color rojo intenso y dulzor uniforme desde la corteza hasta el corazón. Cada sandía marca 'Fashion' ha sido cuidadosamente seleccionada por su alto contenido en fructosa, principal responsable de su inconfundible sabor.

Es un producto de bajo valor calórico y rico en vitaminas A, B1, B2, B3, calcio y fósforo, con un alto nivel de licopeno y líder en citrulina que la dotan de propiedades preventivas de enfermedades cardiovasculares. Sandía marca 'Fashion' es la fruta ideal para la alimentación de toda la familia y para ser consumida en cualquier momento de cada día.

Casi una década comercializando la sandía negra sin pepitas

A.G.F. es un ambicioso proyecto nacido en el año 2002, aunque su constitución como asociación data de 2006 y que, hoy en día, se ha convertido en el mayor consorcio hortofrutícola español. Reúne a 24 empresas productoras de diversos puntos de España, repartidas entre las provincias de Almería, Granada, Sevilla, Murcia, Alicante, Valencia, Castellón, Tarragona, Huesca, Ciudad Real y Ba-

leares. La Asociación cuenta con la colaboración de la prestigiosa empresa Nunhems Spain, S.A., creadora de la semilla que ha dado lugar a este producto premium.

A.G.F., propietaria de la sandía marca 'Fashion', tiene un modelo de gestión totalmente innovador. Su principal labor se centra en la aplicación de estrictos criterios respecto a los estándares habituales para garantizar un pro-

ducto uniforme en calidad e identificación, lo que constituye un caso único en España. Sandía marca 'Fashion' es la respuesta de A.G.F. en calidad, confianza y es la única que ofrece trazabilidad del producto en todas sus fases, con sistemas de planificación y previsión de la producción en tiempo real únicos en Europa, certificación propia de la marca a través del cumplimiento del Reglamento de calidad de producción de la Asociación y certificación y coordinación de la producción auditadas por una empresa independiente.



■ Presentación de la campaña en Almería. /FHALMERÍA

CONTROL BIOLÓGICO

Koppert España presenta su nuevo sistema de control del pulgón en fincas agrarias

■ José Esteban Ruiz

Koppert España ha presentado una nueva estrategia para controlar el pulgón en las explotaciones agrícolas. En las últimas campañas esta multinacional ha avanzado en diferentes sistemas que han mejorado el control biológico en cultivos hortícolas. Sin ir más lejos, cuentan con la implantación de la suelta de *Nesidiocoris* en semillero para conseguir un mejor control de *Tuta absoluta* en el cultivo del tomate.

CON CEREAL

Ahora, gracias a los resultados obtenidos en diferentes experiencias presentan este nuevo método que consiste en plantar

cereal en las fincas e infestarlo con pulgón para producir más enemigos naturales que controlen dicha plaga. “Los pulgones del cereal no atacan a los cultivos y sirven de reservorio para que se instalen los organismos de control biológico”.

El desarrollo de esta metodología, tal y como indican desde Koppert España, “se inicia al principio del cultivo, a las pocas semanas se infestan con el pulgón del cereal y al mismo tiempo, se comienzan a liberar los enemigos naturales de forma preventiva y programada bajo supervisión y asesoramiento del equipo técnico de Koppert”. Los enemigos naturales utilizados que mejor se adaptan son las avispas y las mariquitas, estas últimas sólo en verano.

Sobre su efectividad, destacan en Koppert España, que “esta estrategia mejorada sobre el control de pulgón funciona y da muy buenos resultados en cultivos hortícolas en invernaderos, es eficaz, con un coste competitivo, de muy fácil manejo, y reduce considerablemente el uso de tratamientos químicos”.

Esta multinacional especializada en control integrado de plagas se ha situado a la vanguardia en este tipo de técnicas extendidas en los invernaderos almerienses. En los últimos años, además de progresar en técnicas sobre trampas cromáticas para plagas, han avanzado en sistemas de control prematuros, desde el semillero, para evitar los efectos negativos que generan los ‘enemigos’ de los cultivos almerienses o en re-



■ Una solución contra el pulgón, cereal en invernadero. / KOPPERT

cursos para acabar con el picudo rojo que afecta a las palmeras. Koppert siempre ha trabajado en el convencimiento de que la introducción de fauna útil es

una auténtica realidad en el control de plagas para todos los cultivos hortícolas, por ello desarrolla los últimos productos en control biológico.

Comprometidos con el Resultado

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

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

Tu satisfacción es nuestro compromiso.



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

KOPPERT
BIOLOGICAL SYSTEMS



FERIAS INTERNACIONALES

“Trabajamos para que Fruit Attraction sea única, con una identidad propia”

■ José Esteban Ruiz

-¿Qué ocupación expositiva se ha completado para la próxima edición?

-En esta edición del 2011, y dada la gran demanda de nuevas empresas que desean aprovecharse del punto de encuentro comercial por excelencia del sector hortofrutícola, vamos a celebrar la feria en 2 pabellones, el 7 y el 9. No obstante seguimos apostando por una feria cuyos expositores tengan espacios comedidos, bajo un formato modular que en su conjunto simula un gran mercado hortofrutícola, y con unos precios de participación muy económicos. A seis meses de la inauguración de Fruit Attraction la contratación realizada supera ya en un 23% la ocupación total de la última edición, y aún queda mucho tiempo para continuar con la comercialización, que sigue abierta, así que tenemos excelentes previsiones de participación. Es importante destacar que ésta no será la tercera edición de Fruit Attraction, sino que trabajamos para que sea la ‘única’ con su propia identidad y oportunidad, distinta de otras ediciones.

-¿Está siendo mayor el interés de las empresas extranjeras por estar en 2011 en Fruit Attraction?

-Efectivamente, ya hemos recibido peticiones de nuevas empresas procedentes de Italia, Reino Unido, Francia y Portugal. Junto a ellas, la intensa campaña de promoción que estamos realizando en Latinoamérica para aumentar su presencia, dado su interés por la complementariedad estacional de la producción con las compañías europeas, ha dado sus frutos y también se han sumado firmas de Brasil, México, Argentina y Chile, entre otros destinos. Trabajamos, asimismo, para atraer a una demanda internacional de calidad, y por eso desarrollaremos un Programa de Compradores Internacionales que invitará a cerca de 500 profesionales elegidos por los expositores. Además, en esta edición desarrollamos una misión comercial inversa, en colaboración con el ICEX, para atraer al mercado ruso y de los Países del Este, en general, a Fruit Attraction.

-¿Esperaban esta respuesta empresarial?

-Cuando inicias un proyecto siem-



RAÚL CALLEJA
DIRECTOR DE FRUIT ATTRACTION

pre tienes las máximas expectativas, pero a la vez, eres consciente de las dificultades y de que seguramente la respuesta no será tan rápida como te gustaría. Sin embargo, la extraordinaria acogida que Fruit Attraction ha tenido tan-

to en el ámbito nacional como en el internacional creo que evidencia que el sector ha visto la gran oportunidad que representa el hecho de que todos juntos somos capaces de traer a todo el canal de distribución internacional. Desde

un punto de vista puramente comercial, es mucho más económico para una empresa expositora, que vengan a verle, que no salir a buscar a todos los clientes. Fruit Attraction ofrece ahorro de tiempo y agenda.

“Todo el sector nacional está presente en la feria de Ifema”

-Todas las regiones productoras de España se han volcado con la feria...

-Efectivamente, todas las regiones de importancia para la producción hortofrutícola están presentes, pero eso no quiere decir que todo el trabajo esté ya hecho. Seguimos trabajando e invirtiendo para que Fruit Attraction siga construyendo su futuro, porque aún hay recorrido para ello entre la oferta española. Pretendemos crecer en representación de la Comunidad Valenciana o Huelva, por ejemplo.

-¿El objetivo de la organización es contar con una feria



que se acerque a las dimensiones de Fruit Logística?

-Las dimensiones de la feria vendrán marcadas por el número de contactos comerciales que puedan hacerse dentro. El mercado es el que define el rumbo y no nos consideramos competencia de ninguna otra feria. Trabajamos en un marco de encuentros comerciales que a fecha de hoy es eficaz y rentable para las empresas que participan, y trabajamos exclusivamente por y para

nuestros clientes que apuestan por la feria de Madrid, con un asesoramiento ferial muy cercano y real. El gran encuentro Fruit Logística es actualmente el referente mundial para todo el sector, con un tamaño gigantesco y también cuenta con una trayectoria de casi tres décadas que le ha situado como líder del circuito ferial internacional entre los eventos dedicados a las frutas y las verduras, esto es indiscutible.

-¿Qué oportunidades y ventajas ofrecen a los clientes?

-Fruit Attraction pretende ofrecer la herramienta comercial más eficaz para el sector. Con este objetivo, una parte importante de nuestro papel pasa por garantizar la presencia de una demanda a la altura de la competitiva oferta que estará presente en el Salón. Para ello, entre otras cosas, durante la Feria se desarrollan distintos eventos monoproducto que atraerán a unos profesionales altamente cualificados al evento. La gran ventaja de Fruit Attraction para las empresas es el efecto multiplicador de nuevas oportunidades comerciales para cada empresa expositora.

-¿Se puede decir que Fruit Attraction es la feria española de referencia para el sector del negocio hortofrutícola a tenor de los resultados cosechados en sus dos primeras ediciones?

-El hecho de ser la Feria de referencia o no es algo que tiene que decir el sector con su respaldo al certamen. Desde luego, nosotros sentimos ese apoyo, y creo que los datos de participación de la última edición, con 452 expositores directos y 12.541 visitantes, lo avala. Pero tenemos que seguir trabajando con este fin, ya que Fruit Attraction nació para ser un referente para el sector, pero construido desde el sector.

-¿Qué novedades presentan este año?

-Además de la ampliación del espacio que he mencionado antes, y que nos permitirá aumentar la exposición de la oferta complementaria, como zumos, envasados, congelados, etc, y de los eventos monoproducto que atraerán a una demanda de alto perfil, desde la organización del certamen promovemos otras actividades dirigidas a ampliar la formación de los profesionales hortofrutícolas.

-¿Qué supone para Fruit Attraction haber obtenido la categoría de feria internacional?

-Primero supone un reconocimiento extraordinario por parte del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, para una feria que sólo ha celebrado dos ediciones, y que implica que está en los calendarios de eventos internacionales que promociona el ICEX por todo el mundo. Por otro lado, significa una ventaja para los expositores que podrán solicitar las subvenciones que ofrecen determinadas instituciones por su participación en este tipo de eventos. La designación de Fruit Attraction como Feria Internacional coincide con nuestra pretensión de aumentar la representación extranjera en el certamen, así que este reconocimiento también nos ayudará en esta labor.



19-21
OCTUBRE
2011
MADRID-ESPAÑA



EL MEJOR MERCADO PARA CULTIVAR NEGOCIOS



**Jornada sobre la fruta de
hueso en la distribución
europea.**

20 octubre

**APPLE ATTRACTION
1^{er} Congreso Internacional
sobre la producción
y el consumo mundial
de la Manzana.**

21 octubre

**VII Congreso Internacional
de promoción del consumo
de Frutas y Hortalizas.
5 al día cuestión de salud.**

18 y 19 octubre

**II Symposium
Internacional sobre
el Granado.**

19 y 20 octubre



www.fruitattraction.ifema.es

LÍNEA IFEMA

LLAMADAS DESDE ESPAÑA
INFOIFEMA 902 22 15 15
LLAMADAS INTERNACIONALES (34) 91 722 30 00
fruitattraction@ifema.es

GRUPO AGROPONIENTE

“El melón ‘Bombón’ garantiza un sabor determinado, lo que se denomina buen comer”

ANTONIO ESCOBAR, DIRECTOR GENERAL DEL GRUPO EMPRESARIAL DESTACA EL VALOR QUE GENERA LA MARCA A LAS FRUTAS Y HORTALIZAS

■ José Esteban Ruiz

-¿Qué importancia tiene para el Grupo Agroponiente contar con una marca propia para sus productos?

-La marca es un valor importante para cualquier empresa, no ya por la imagen que representa, sino sobre todo por los valores que esconde detrás de sí. En Agroponiente sabemos que ésta, nuestra propia denominación corporativa, es nuestra marca principal. Estamos hablando de casi un cuarto de siglo trabajando en mercados de todo el continente y eso, unido a una determinada manera de hacer las cosas y de cuidar nuestro producto y nuestros servicios, han generado una imagen muy concreta entre los clientes y mercados. Sin embargo, junto a ello también trabajamos en el posicionamiento de marcas muy concretas para productos de-

ANTONIO ESCOBAR
DIRECTOR GENERAL DEL
GRUPO AGROPONIENTE

terminados, algunas de las cuáles ya están muy implantadas en los mercados, como ‘Poniente’, ‘Delicias’ y ‘Oh!’, y otras son redefiniciones de anteriores o bien nuevas creaciones que responden a nuevas estrategias, como pueden ser ‘Bombón de Agroponiente’ o ‘Gold Quality by Agroponiente’. Sin duda, todas ellas conllevan un contenido y unas características concretas.

-Este año repite con ‘Bombón’ en melón...

- En realidad, ‘Bombón’ era una marca de muchos años en la casa, que en la pasada campaña redefinimos para dotarla de unas cualidades muy singulares. Para empezar la convertimos en ‘Bombón de Agroponiente’ y, además, le adjuntamos una característica singular y única, como es que los melones bajo esa denominación responden a un grado de sabor concreto, medido y garantizado; en concreto, el ‘Bombón de Agroponiente’ en categoría Oro más de 12 grados brix y el categoría Plata más de 10,5. Ello unido también a un



porcentaje de escriturado en la superficie del melón. Este año, lo que hemos hecho es dotar a la marca con más elementos identificativos, como nuevos envases, y también añadir una variedad más.

-Han incluido algunas novedades, ¿cuáles?

- El pasado año, en la redefinición de ‘Bombón de Agroponiente’, esta marca estaba dedicada exclusivamente al melón Negro. Y en esta nueva campaña hemos incorporado el melón Galia, que ya está saliendo bajo la marca ‘Bombón de Agroponiente’ con normalidad.

-¿Qué resultados obtuvieron con

la comercialización del melón bajo la nueva marca?

-La marca funcionó muy bien en términos generales, pero sobre todo en cuanto al reconocimiento de nuestros clientes de que estamos apostando fuerte por la calidad y, sobre todo, por la garantía de sabor. Es importante que el melón tenga unos grados Brix determinados y que el cliente pueda saber cuántos, pero también lo es que tenga lo que se denomina ‘buen comer’, un sabor determinado y concreto. Nuestros melones, para ser ‘Bombón’, han de cumplir esas condiciones.

-Agroponiente ha completado su oferta durante todo el año.

-Ése es otro objetivo que nos habíamos marcado desde hacía tiempo y es cierto que llevamos alguna campaña en la que nuestra oferta de hortalizas se prolonga durante todo el año. Es evidente que en los meses de verano y primavera, a las hortalizas le unimos una importante comercialización de melón y sandía, pero nuestros clientes saben que siguen contando con nosotros para el resto de productos. Es un trabajo complejo, puesto que supone una reordenación de la producción, pero es fundamental para que nuestros clientes sepan que pueden seguir siendo fieles a Agroponiente.

-¿Los clientes valoran la calidad que ofrece el agricultor del Grupo que representa?

-Creo que podemos decir, sin temor a equivocarnos, que el cliente de Agroponiente sabe ya muy bien lo que significa trabajar con nosotros, no sólo en cuanto a la calidad del producto en sí, sino también del servicio que se le ofrece. Agroponiente trabaja cada día por

ser un símbolo en cuanto al control de nuestros productos, pero también en cuanto a la búsqueda de fórmulas que nos permitan ser más ágiles y dinámicos en el trato con el cliente y en la respuesta a sus demandas.

-¿Se traduce en rentabilidad esa calidad?

-La rentabilidad, en el negocio hortofrutícola, como es bien sabido, depende de muchos factores. Podríamos decir que la apuesta por un producto y unos servicios de calidad son la base para poder trabajar y que la rentabilidad es un aspecto que depende de muchos factores. Sin esa calidad, es imposible pensar en rentabilidades, pero por desgracia, en ocasiones la calidad tampoco nos garantiza que le negocio rente.

-La empresa cuida mucho la presentación del producto...

-No puede ser de otra manera. En Agroponiente recibimos toneladas de productos que son cuidados escrupulosamente incluso antes de ser plantados, en un trabajo conjunto entre nuestros técnicos y los verdaderos protagonistas de todo esto, los agricultores, que conocen a la perfección su tarea y todo lo que se implica en ella. Ese trabajo redundante en que cada día se reciba un magnífico producto en la empresa. A partir de ahí, nuestra labor es darle el tratamiento adecuado para que el producto gane aún más valor. Aspectos como la presentación, el envase, la negociación y las relaciones comerciales, la tipificación, la trazabilidad del producto o el cuidado en el control de calidad son aspectos que contribuyen a añadir ese valor que todos necesitamos que el producto tenga.

“La única solución es distinguirnos de los competidores”

-La planificación de la oferta para la empresa es importante, ¿pero disminuye su eficacia al no existir una planificación de todo el sector?

- Es evidente. La producción almeriense está formada por un gran conjunto de empresas que trabajan fundamentalmente por su propio beneficio, frente a un tejido de empresas comercializadoras europeas, a grandes cadenas, mucho más unidas y que trabajan unidas. Esto merma nuestra capacidad de negociación y, por tanto, nuestra rentabilidad.

-¿Qué está cambiando en el mercado últimamente?

-El mercado hortofrutícola internacional está actualmente muy complicado. Hasta hace algunos años, Almería estaba prácticamente sola en buena parte del

año productivo y ello hacía que los mercados y clientes europeos miraran casi exclusivamente hacia nuestra tierra. Hoy día, otros muchos países han aprendido nuestra forma de hacer las cosas, están produciendo bien y vendiendo mejor y han convertido un mercado muy favorable en una competencia feroz. Desde el Norte de África, desde países como Marruecos, Egipto, Israel, Turquía o incluso Senegal en determinados productos, llegan a la Unión Europea cantidades ingentes de frutas y verduras bien trabajadas, a lo que hay que unir otros competidores naturales que ya existían, encabezados por Holanda. La única solución es apostar por el trabajo bien hecho, que es que permite distinguirse de los demás, y porque nuestros representantes institucionales protejan nuestro tejido económico, productivo y empresarial en la medida de las posibilidades.



Di adiós al cracking con **GALLEGA**.



syngenta®

Olvídate del cracking en tus trasplantes medios/tardíos con la variedad **Gallega**.
Uniformidad de fruto • Frutos de alta calidad sin cracking
Predominio de los calibres GG y G • HR a PVY: 0, 1, 2 / Tm:3 e IR a TSWV:P0

www.pepperstoday.com

www.sg-vegetables.com

Comarcas

EFICACIA

La Guardia Civil lleva a cabo una oleada de detenciones a ladrones en el campo

LA BENEMÉRITA PILLA 'CON LAS MANOS EN LA MASA' A VARIOS AMANTES DE LO AJENO EN LA COMARCA DEL PONIENTE ALMERIENSE

■ Rafa Villegas

El 'Plan Contra las Sustracciones en Explotaciones Agrícolas y Ganaderas' está dando sus frutos. Cada semana llegan noticias de detenciones de ladrones de todo tipo de material agrícola por parte de la Guardia Civil. El cobre y los productos hortofrutícolas tampoco escapan a los deseos de los amantes de lo ajeno. Los autores de los robos son, la mayoría de las ocasiones, de nacionalidad española.

Por poner algunos ejemplos, la Guardia Civil del Puesto Principal de Roquetas de Mar-Aguadulce detuvo el pasado 18 de mayo a dos ciudadanos con residencia en la



■ Invernadero en el que se apropiaron de la producción de pimiento.

misma localidad como autores de un presunto robo de cavillas de hierro en un invernadero de la comarca. Llegaron a entrar hasta en tres ocasiones en la misma finca para llevarse el mayor número po-

sible de estas cavillas que se utilizan como guías.

Asimismo, la Guardia Civil de Roquetas también detuvo a un ciudadano con domicilio en El Ejido por un presunto robo con fuerza,

amenazas y robo de uso de vehículo a motor. El detenido había cargado más de 300 kilos de productos fitosanitarios y diversas herramientas.

La Guardia Civil del Puesto de Dalías también ha sorprendido robando en el campo. En concreto, el pasado 9 de mayo procedieron a la detención de tres ciudadanos marroquíes, todos ellos vecinos de El Parador de las Hortichuelas, como presuntos autores de un delito de robo con fuerza en las cosas. En concreto, los sorprendieron recolectando aguacates de los árboles frutales de una finca daliense.

Las cooperativas agrícolas tampoco se libran de los robos y hurtos que se producen en el campo. Así, agentes de la Guardia Civil del Puesto Principal de El Ejido detuvieron recientemente a dos españoles, uno con domicilio en Vi-car y otro en Felix como presun-

tos autores de un delito de robo cometido en una empresa dedicada al manipulado y exportación de productos hortofrutícolas, sita en el Paraje La Cumbre de El Ejido. Cuando la Benemérita recibió la llamada de alerta y se personó en el lugar de los hechos descubrieron a los presuntos ladrones cargando en una furgoneta varias puertas blindadas y diverso material de oficina.

ROBO DE COBRE

Finalmente, la Guardia Civil del Grupo de Reserva y Seguridad (GRS) número 2 de Sevilla y del Puesto Principal de El Ejido procedieron a la detención de un ciudadano español con domicilio en Almería capital como presunto autor de un delito de receptación de cable de cobre robado en un invernadero. En concreto, los agentes pudieron comprobar tras encontrar rollos de cobre en su vehículo y tras las vagas respuestas del conductor que el origen del cable procedía de una explotación agrícola de la que había sido robado el pasado 3 de mayo. La víctima del robo había cifrado el importe de la cantidad de cobre robado por un valor de 12.000 euros.

EN EL EJIDO

Detienen a un agricultor que empleaba sin contrato

■ R. V. A.

La Comandancia de la Unidad de Seguridad Ciudadana de la Comandancia de la Guardia Civil de Almería (USECIC), junto a la Guardia Civil del Puesto Principal de El Ejido han detenido a un vecino de la ciudad ejidense como presunto autor de un delito contra los derechos de los trabajadores.

La Benemérita le dio el alto al detenido en un control rutinario. Detectaron la presencia de siete inmigrantes en su Ford Courier por lo que le sancionaron y, posteriormente, lograron averiguar que desplazaba a estas personas, todas ellas sin permiso de residencia, a su finca para que trabajaran de manera completamente ilegal.

MEJORAS

El Ayuntamiento de Berja arregla tres vías rurales de la localidad nunca antes asfaltadas

■ R. V. A.

El Ayuntamiento de la localidad de Berja ha concluido el arreglo de tres nuevos caminos rurales. Se trata, concretamente, de los de Cortijo León, Cortijo Balerna y las Alberquillas-Rebeque. La obra se ha completado en un total de cuatro meses.

Al respecto, el concejal de Agricultura y Medio Ambiente del Ayuntamiento virgitano, el político popular José Medina, ha recordado que "estos caminos siempre han sido de piedra y tierra; nunca habían recibido zahorra ni alquitrán". Del mismo modo, ha explicado que "los vecinos han donado terrenos para que se pudieran ampliar, en algunos tramos, estos caminos".

La empresa encargada de la ejecución de la obra ha sido, en esta



■ La vega virgitana. / FHALMERÍA

oportunidad, Circonsa. Sus operarios han mejorado 3.240 metros lineales, para un total de 7.636 metros cuadrados, con un presupuesto de 185.000 euros. Esta cuantía ha sido sufragada por dos administraciones, por un lado la Junta de Anda-

lucía y por otra el Ayuntamiento de Berja.

En cuanto a las actuaciones, los caminos rurales del Cortijo León y el Alberquillas-Rebeque han sido aplanados y recibido zahorra y alquitrán para favorecer el tránsito

de los usuarios a la zona. El de Balerna, por otra parte, sólo ha recibido zahorra, puesto que la Junta de Andalucía ha precisado que se trata de una vía pecuaria y no podía ser alquitránada.

Lo cierto es que ésta es la quinta fase que se realiza en el municipio, por lo que se han superado las expectativas creadas en este aspecto, ya que se esperaba emprender sólo cuatro.

Con esta actuación, por lo tanto, los agricultores virgitanos ya pueden circular por tres caminos históricos de la localidad completamente arreglados. De este modo, como no podía ser de otra manera, se mejoran los accesos a muchas fincas cercanas a las vías rurales mejoradas y, por lo tanto, se reduce el tiempo para llevar los productos hortofrutícolas a las diferentes comercializadoras.

DOCUMENTAL

La BBC llega a El Ejido para realizar un reportaje en positivo sobre su agricultura

COMENZARÁN A GRABAR DURANTE LA PRIMERA SEMANA DE JUNIO Y SE EMITIRÁ EN TODO EL MUNDO A TRAVÉS DE LA PÁGINA WEB DEL CANAL

■ Rafa Villegas

Los agricultores almerienses están acostumbrados a recibir ataques injustificados por parte de diferentes medios de comunicación internacionales. Los intereses de otros mercados productores por ensuciar el nombre del campo provincial se han sucedido a lo largo de los últimos años. Sin embargo, el programa 'Generation Earth' de la BBC1 ha decidido desplazarse hasta El Ejido para realizar un documental en positivo sobre la agricultura del municipio.

El concejal de Agricultura y Medio Ambiente del Ayuntamiento ejidense, Jorge Viseras, ha explicado que "las especiales características del municipio es lo que ha animado a una de las cadenas informativas más importantes de Europa a grabar parte de este documental en El Ejido".

El programa televisivo quiere reflejar el crecimiento económico y social de las últimas décadas, la transición de un campo semi-desértico a una de las zonas agrícolas más fructíferas de Europa y cómo la agricultura se ha convertido en sustento de la práctica totalidad de la población.



■ El equipo de la BBC que ha mantenido encuentros con Viseras se sorprendió al ver la imagen. / FHALMERIA

Viseras ya se ha reunido con los responsables de la BBC para facilitarles al máximo el trabajo y ha advertido a los ciudadanos ejidenses que el reportaje comenzará a grabarse a partir de la primera semana de junio, por lo que si ven cámaras de televisión se debe a ello.

Desde el Ayuntamiento de El Ejido han explicado que la BBC, y más concretamente el programa 'Generation Earth', van a aprovechar la información que le ha facilitado el concejal de Agricultura y Medio Ambiente editada en los últimos años por el Consistorio de la ciudad del Poniente al-

meriense, a base de los DVDs de divulgación y los libros que hablan de la agricultura local, acompañando el recetario.

Al respecto, Jorge Viseras ha explicado que "quedaron encantados con esa información y sorprendidos de que una administración local, como es el Ayuntamiento de El Ejido, haga ese tipo de publicaciones, en concreto afirmaron que es algo inimaginable en Inglaterra".

ACUERDO CON LA UAL

Por otra parte, el Ayuntamiento ejidense ha aprobado un convenio

con la Universidad de Almería para llevar a cabo un proyecto de investigación para la puesta a punto y validación en matrices vegetales de 32 productos fitosanitarios, usados en el tratamiento de plagas hortícolas, por importe de 9.000 euros. Se trata de una actuación, según han explicado, "en consonancia con la labor de apoyo del Ayuntamiento de El Ejido a la tarea que desarrollan nuestros agricultores y las empresas de comercialización, y que refuerza la garantía del consumidor a la hora de comprar las hortalizas ejidenses por la seguridad alimentaria que certificamos".

BALSA DEL SAPO

El consejero de Medio Ambiente se echa la foto en Las Norias

■ R. V. A.

El humedal de la Balsa del Sapo, que tantos quebraderos de cabeza está dando en los últimos años a los vecinos del núcleo de población ejidense de Las Norias, sigue preocupando. Han sido muchos los invernaderos que se han inundado, incluso casas, el año pasado y, sin embargo, la Junta de Andalucía ha prometido mil y una veces soluciones que no han llegado. Se limitó a colocar bombas extractivas, que según los miembros de la asociación de afectados "no valen para nada" y han aprobado un proyecto que sigue sin llegar.

Sin embargo, el consejero de Medio Ambiente, José Juan Díaz Trillo, se ha reunido con los afectados para echarse la foto de cara a los afectados y prometerle soluciones. Sin ir más lejos, Guadalupe Fernández, la reciente candidata a la Alcaldía de El Ejido, afirmó que "el PSOE cumple con los compromisos que ha adquirido con los vecinos de Las Norias".

Con las medidas intermedias que harán, Fernández asegura que "los vecinos podrán dejar de preocuparse por este grave problema, que ha alcanzado unos límites insostenibles. Nosotros continuaremos trabajando para constatar que los plazos se van cumpliendo y que el proyecto va convirtiéndose en realidad".



TECNOPONIENTE®
I N V E R N A D E R O S

"LIDERES EN CALIDAD"

EN ASAMBLEA GENERAL

Rambla Morales volverá a debatir la venta de su desaladora en junio

LA COMUNIDAD DEBE MÁS DE 100 MILLONES DE EUROS A LA ENTIDAD BANCARIA LA CAIXA, QUE YA RECLAMA LA DEUDA POR VÍA JUDICIAL

■ José Esteban Ruiz

Las demandas tramitadas por La Caixa, entidad con la que mantiene una obligación crediticia la Comunidad de Usuarios Rambla Morales, contra la comunidad, así como contra los comuneros, ha hecho replantearse la última decisión tomada en asamblea por los socios en la que se resolvía por unanimidad no vender la desaladora a ACUAMED por la oferta que presentaron en su día. Así, el próximo 9 de junio, los comuneros de Rambla Morales tendrán una nueva cita en asamblea general para debatir la venta de este bien. Según la Junta directiva de Rambla Morales, la intención en la próxima asamblea será la de establecer unas condiciones que posteriormente se presentarán a la entidad financiera en las que se vincularía el 'sí' a la venta de la desaladora.

Sería, por tanto, un 'sí' condicionado a la aceptación de La Cai-



■ Los comuneros han llegado a protagonizar alguna que otra protesta. / FHALMERÍA

xa de la propuesta que le llegaría por parte de la junta directiva de Rambla Morales. Con el fin de que los asociados acudan a la cita con una idea más o menos madurada, previamente, el 4 de junio se celebrará una asamblea informativa en la que tomarán parte todos los comuneros y se comenzará a tratar la

situación a la que se enfrenta el colectivo tras las demandas presentadas por la entidad financiera. En principio, la junta directiva de Rambla Morales, para trabajar sobre firme, elaborará varias propuestas en las que se establezcan las condiciones que se presentarían posteriormente a La Caixa. Desde esta

entidad se ha manifestado en diferentes ocasiones que estarían dispuestos a negociar, siempre y cuando los comuneros accedieran a vender la desaladora.

A mediados de mayo, la Asociación de Perjudicados de la Comunidad de Regantes Rambla Morales celebró una asamblea informa-

tiva en las instalaciones de CASI para profundizar en el asunto que ahora más les preocupa, las demandas cursadas por La Caixa. Desde esta asociación consideran injusto que los comuneros tengan que responder por un préstamo que nunca firmaron. Así, mantienen que "el préstamo se concedió por La Caixa a la comunidad de regantes sin que el entonces presidente estuviera autorizado por los comuneros en Junta General; sin embargo, en el año 2004, la entidad catalana dejó pasar por alto este requisito legal de forma inexplicable, exigiendo ahora a los comuneros que hagan frente a ese préstamo que nunca acordaron".

Al respecto, añaden que "el crédito que inicialmente se concedió por un importe de 95 millones de euros, siendo posteriormente ampliado hasta casi 126, fue suscrito por la anterior directiva de la Comunidad de Regantes Rambla Morales, frente a cuyo presidente Antonio García se está tramitando una querrela criminal en la que, entre otros hechos de apariencia delictiva, se denuncia el 'desvío' de parte de ese préstamo, en concreto de 30 millones de euros".

Trámites judiciales, demandas, querellas y una situación difícil, la que atraviesan estos comuneros almerienses, se volverán a poner sobre la mesa, una vez más, el próximo mes de junio, esperando que, entre todos, acierten con la decisión que alivie la tensión que sufren los socios de la Comunidad de Usuarios de Rambla Morales.

INFRAESTRUCTURAS

La Junta destina 67.000 euros a la reparación de tres kilómetros de caminos rurales en Los Gallardos

■ I. Fernández

La Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta entregó recientemente una resolución de subvención al Ayuntamiento de Los Gallardos para la mejora de casi tres kilómetros de caminos rurales que se encuentran en mal estado para la circulación de vehículos. En concreto, según indicaron desde la Delegación Provincial del ramo, se actuará en los caminos de Las Corralizas (1.600 metros lineales) y Las Pastoras (1.300 metros), en los que se invertirán 67.102 euros.

Estas intervenciones demuestran, según el delegado provincial

de Agricultura y Pesca, Juan Deus, la apuesta de la Administración andaluza por "la mejora de las infraestructuras agrarias con la finalidad de adecuar los accesos a las explotaciones, facilitar el transporte de los productos en las mejores condiciones posibles para evitar daños, mejorar la calidad de vida de los agricultores y otras personas que trabajan en el medio rural, así como la creación de las condiciones adecuadas para el desarrollo de otras actividades económicas como el turismo". En definitiva, para Deus, con estas actuaciones, "se contribuye a mejorar la competitividad de la agricultura".

En concreto, la subvención entregada por la Junta supone el 73% del total de la inversión subvencionable. Asimismo, la actuación prevista en este municipio del Levante provincial está incluida en el Programa de Desarrollo Rural de Andalucía y cofinanciada por el Fondo Europeo de Desarrollo Rural en un 70%.

Por último, según indicaron desde la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca de la Junta andaluza, el Consistorio de Los Gallardos tiene un plazo de tres meses para la adjudicación de las obras y otros tres meses para su ejecución una vez hayan sido adjudicadas.



■ La Junta ha apoyado diversas intervenciones en Almería. / FHALMERÍA



Cenzano

La tranquilidad de elegir bien.



syngenta.

Cenzano, la variedad de trasplantes medios con alto rendimiento comercial.

Trasplantes de julio • Maduración rápida • Planta muy abierta • Alta producción

Frutos de alta calidad sin cracking • HR a Tm3 e IR a TSWV:PO

www.pepperstoday.com

www.sg-vegetables.com

TERRACULTURA 2011

Agricultura respalda la apuesta de Chirivel por el desarrollo sostenible

EL MUNICIPIO CONTARÁ CON UN CENTRO DE TRANSFORMACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS COMO EL CEREAL O LA ALMENDRA

■ Isabel Fernández

La secretaria general del Medio Rural y la Producción Ecológica de la Consejería de Agricultura y Pesca, Mabel Salinas, valoró la apuesta del municipio de Chirivel por su desarrollo sostenible, una apuesta que se verá reforzada por la próxima creación del Centro de Transformación y Comercialización de Productos Agrarios del Norte de Almería. Salinas hizo esta valoración durante la inauguración de la última edición de Terracultura, Feria Nacional de Maquinaria y Productos Agrícolas y Ganadera, a finales del pasado mes de abril.

Ya en febrero, la consejera andaluza de Agricultura y Pesca, Clara Aguilera, firmó sendos protocolos de colaboración con los ayuntamientos de Lubrín, Bentarique y Chirivel para la puesta en marcha de proyectos 'Faro' que, según recordó Salinas, "contribuirán a la



■ La secretaria general del Medio Rural, Mabel Salinas, inauguró la edición de este año. / FHALMERÍA

mejora de instalaciones e infraestructuras de las industrias agroalimentarias y reforzarán las labores sociales, económicas y medioambientales de las actividades agrícolas y ganaderas".

En el caso concreto de Chirivel, el proyecto, que cuenta con 2'5 millones de euros de presupuesto, prevé la construcción de un centro para la recepción de almendra, cereal y vid, especialmente ecológicos, para

su transformación y venta directa. Este centro, según afirmó Salinas, "potenciará también el sector turístico de la comarca, ya que se ubicará junto a la autovía A-92, al pie del parque natural Sierra de María-Los Vélez". Junto a esto, según las estimaciones de la Junta de Andalucía, cuando el centro esté en funcionamiento, se crearán 12 puestos de trabajo directos, principalmente para mujeres y jóvenes. De

este modo, se contribuirá a fijar la población a su territorio y a evitar el despoblamiento de las zonas rurales.

La secretaria general del Medio Rural y la Producción Ecológica mostró, asimismo, el apoyo de la Administración andaluza a un evento como Terracultura, que consideró "de gran importancia para una comarca donde más de la mitad de su población activa trabaja en el sec-

La ganadería y el medio ambiente, a debate

Las organizaciones agrarias ASAJA y COAG en la provincia aprovecharon el marco que ofrecía Terracultura para organizar sendas jornadas de debate sobre temas como la gestión sostenible del medio ambiente o el desarrollo rural del sector ovino. Sobre el primero de estos aspectos habló ASAJA que, además, organizó una charla sobre el seguro de incendios forestales. Una línea que presenta coberturas para los riesgos de incendio, viento huracanado o inundación.

COAG, por su parte, profundizó en el asociacionismo y las políticas de desarrollo rural, prestando especial atención al 'Futuro de la PAC después de 2013: evolución, retos, oportunidades estratégicas y medidas de gestión de mercados'.

tor agrario y donde una feria de estas características es un magnífico escaparate tanto para exponer como para conocer las novedades".

BALANCE DE CAMPAÑA

Los productores de tomate y lechuga del Levante no logran cubrir costes, según ASAJA

■ I. F. G.

ASAJA-Almería lamentó que los productores de tomate y lechuga del Levante provincial no están logrando cubrir sus costes de producción en esta campaña. Así lo afirmó Pascual Soler, vicepresidente de ASAJA-Almería y responsable en esta zona, quien indicó que, por ejemplo, en el caso del tomate, esta hortaliza se ha estado vendiendo en torno a los 0'20 euros el kilo, mientras que la caja de lechugas apenas ha alcanzado los 3 euros.

La campaña de tomate en invernadero en el Levante está concluyendo y, según Soler, "la situación que atraviesa este cultivo es muy mala". "La entrada de tomate de Marruecos está afectando sobre-

manera a las producciones locales y, además, el consumo se ha reducido", explicó Soler.

En el caso de la lechuga, lamentó que "es la peor campaña de todas las que se recuerdan". Y es que, si bien es cierto que esta hortaliza alcanzó en momentos puntuales de la campaña los 7 euros por caja de entre 10 y 12 piezas, también lo es que, prácticamente "durante todo el año, su precio ha oscilado entre los 2'50 ó 3 euros".

El responsable de ASAJA-Almería explicó que ese incremento puntual de precios se debió "al descenso de la producción por las bajas temperaturas, que frenaron el desarrollo del cultivo". El resto del tiempo, "la alta producción ha incidido a la baja en las cotizaciones de la lechuga", concluyó.

COEXPLAY

Primaflor enseña a escolares las 'bondades' de las hortalizas de hoja

■ I. F. G.

Primaflor participó recientemente en una jornada de divulgación de los beneficios del consumo de frutas y hortalizas, en el marco de Coexplay, actividad organizada por COEXPHAL. De este modo, Jordi Estrada, responsable de Marketing de esta organización de productores almeriense, mostró a unos 80 alumnos de tercero de primaria del CEIP Emilio Zurano la importancia de consumir hortalizas de hoja como lechuga, escarola, espinacas, acelgas, canónigos o rúcula, entre otras.

Desde esta comercializadora almeriense consideraron de "vital importancia" que los más pequeños conozcan las propiedades beneficiosas que tiene el consumo de este tipo de alimentos, en combinación con la práctica de ejerci-



■ Jordi Estrada durante su charla en el CEIP pulpileño. / FHALMERÍA

cio físico. Así, y para reforzar este convencimiento, al final de la jornada, Primaflor repartió entre los estudiantes bolsas con distintas variedades de sus ensaladas de IV gama.

Durante esta campaña, Primaflor va a apadrinar tres colegios, lo que le va a permitir llegar a más de 240 alumnos, a los que transmitirá la importancia del consumo de frutas y hortalizas.

Guainos. El Bily de julio.



syngenta®

Conoce a Guainos, la nueva variedad de trasplantes medios.

Trasplantes de julio • Floración Precoz • Variedad con mucho vigor

Frutos de alta calidad sin cracking • Alto rendimiento comercial • HR a Tm3 e IR a TSWV:P0

www.pepperstoday.com

www.sg-vegetables.com

™

ALMANZORA

Agricultura incrementa su presupuesto en mejora del sector

E. S. G.

El Consejo Territorial del Grupo de Desarrollo Rural del Almanzora se ha reunido con el objetivo de ratificar las propuestas resultantes de la última Junta Directiva donde se estudiaron y barremaron las ayudas para los numerosos proyectos presentados en su oficina técnica. Así, entre los puntos más destacados se aprobó el incremento por parte de la Consejería de Agricultura de la partida presupuestaria que el grupo tiene para los proyectos presentados que se acojan a la industria agroalimentaria y mejora de la competitividad en el sector agrícola. De esta manera, el grupo va a disponer de un aumento de más de 200.000 euros en este apartado, hecho que va a beneficiar a los emprendedores que presenten o vayan a presentar proyectos en esta línea donde, según el gerente del Grupo, César Martín, "existe todavía disponibilidad presupuestaria". Otro tema a tratar fue el establecimiento de criterios para la contratación de un técnico de apoyo para el proyecto de Cooperación Provincial de Turismo y Patrimonio.

PROYECTO

La Junta y Naturland estudian crear una red europea de agricultura ecológica

EL OBJETIVO DE PONER EN MARCHA ESTA ACCIÓN ES, SOBRE TODO, AFRONTAR LA REFORMA DE LA POLÍTICA AGRÍCOLA COMÚN, PAC

Elena Sánchez

La secretaria general del Medio Rural y la Producción Ecológica de la Junta de Andalucía, Mabel Salinas, ha mantenido una reunión con representantes de la asociación alemana de producción ecológica Naturland y CAAE, en las instalaciones de la empresa Oro del Desierto, con el fin de analizar la posibilidad de crear una red europea de las principales regiones de producción ecológica, sobre todo, de cara a la reforma de la Política Agrícola Común (PAC).

Y es que en la provincia de Almería hay en cultivo más de 38.500 hectáreas de agricultura ecológica, casi un 5 por ciento más que en 2009. Por su extensión, destacan los frutos secos y los cereales con casi 4000 hectáreas, localizadas principalmente en la comarca de Los Vélez. El cultivo en ecológico de hortalizas y tubérculos ocupa en Almería 1.564 hectáreas, prácticamente el 42 por ciento del total de Anda-



El encuentro se llevó a cabo en las instalaciones de la almazara Oro del Desierto. / FHALMERÍA

lucía. Por su parte, los cítricos en ecológico se extienden a lo largo y ancho de 1.100 hectáreas, el 31 por ciento de la región. Con estos datos, Almería es una de las provincias con mayor número de operadores, más de 1775. A juicio de Mabel Salinas, esto "indica de forma clara que se trata de empresas de dimensiones reducidas y muy especializadas, que han conseguido hacer de la produc-

ción ecológica una alternativa palpable de rentabilidad agraria, gracias al valor añadido que aportan a los productos que obtienen de cerca de donde se elaboran, y a unos precios cada vez más competitivos".

Por su parte, decir que Naturland es una asociación fundada en 1982, en Alemania, de la que forman parte casi 2.500 empresas que cultivan más de 178.000 hectáreas en dicho

país. Entre otras actividades de fomento y desarrollo de la producción ecológica, Naturland elabora normas privadas de certificación, que en el caso de la Unión Europea no eximen de la certificación de organismos autorizados. Se trata de normas adicionales que se regulan bajo un contrato de control y la certificación de acuerdo con las normas de Naturland.

EN AUMENTO

Almería exportó 6.400 toneladas de cítricos durante los dos primeros meses de este año

E. Sánchez

La provincia de Almería exportó en los dos primeros meses del año un total de 6.400 toneladas de productos cítricos, principalmente naranja, realizando casi 160 operaciones comerciales. De hecho, según el delegado de Agricultura, Juan Deus, a partir de los datos del Instituto Español de Comercio Exterior, este volumen supone un 26,5 por ciento más que en el mismo periodo del año anterior, cuando las ventas ascendieron a 5.000 toneladas. El valor de estas ventas en los dos primeros meses de 2011 ha superado los 4,6 millones de euros, un 1,55 por ciento más que el pasado ejercicio, valor que coloca al sector de cítricos en el séptimo lugar del 'ranking' provincial de sec-



El principal mercado de destino de las cítricos almerienses es Alemania. / FHALMERÍA

tores exportadores, con una cuota del 0,9 por ciento. En el contexto nacional, Almería ocupa el décimo

puesto, con un 0,6 por ciento del total de las exportaciones de naranjas y limones, clasificación que

encabezan Valencia y Castellón. Asimismo, destacar que el principal destino de las naranjas de Al-

mería es el mercado alemán, en el que en enero y febrero se vendieron productos valorados por 2,3 millones de euros, casi el 51 por ciento del total. A este país le siguen Francia, Holanda, Bélgica y Argelia.

CIFRAS DE 2010

Según la Delegación de Agricultura, el pasado año, las empresas almerienses exportaron más de 22.600 toneladas de cítricos en fresco valoradas en 18 millones de euros, que si bien supusieron un 1,7 por ciento menos en comparación con el año 2009, es el segundo valor más alto de la década. Igualmente, en 2010, Almería tuvo en cultivo 8.760 hectáreas de cítricos, de a cuales, casi 5.000 son de naranjas, 2.400 de mandarina y más de 1.300 de limonero.

Con todo ello, la pasada campaña, la cosecha de cítricos ascendió a 191.000 toneladas, que alcanzaron un valor de 53,8 millones de euros.

Especial Tomate



Foto cedida por Rijk Zwaan

La 'Joya de la Corona' en el Reino de la Agricultura



LA PRINCIPAL HORTALIZA

El tomate cubrió el 27 por ciento de las exportaciones en el primer trimestre

EN LOS TRES PRIMEROS MESES DEL AÑO SE ENVIÓ AL MERCADO INTERNACIONAL UN VOLUMEN VALORADO EN 220 MILLONES DE EUROS

■ Isabel Fernández

El tomate es, según se desprende de los datos hechos públicos por la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca, el producto más 'viajero'. Tanto es así que, en el primer trimestre de este año, esta hortaliza supuso el 27,1% de las exportaciones totales de la provincia y alcanzó un valor final en los mercados de destino de casi 220 millones de euros. La importancia del tomate almeriense es tal que, de hecho, representa más de la mitad de las ventas de tomate a nivel nacional.

Tras esta hortaliza se sitúan el pimiento, que ha recortado distancias con respecto al líder del ranking, alzándose con el 26,6% de las ven-



■ El tomate es el principal producto exportado. / FHALMERÍA

tas al exterior de Almería, valoradas en 215,4 millones de euros. Los pepinos, por su parte, suponen casi el 12%, mientras que los calabacines representan el 6,3%.

Las exportaciones de frutas y hortalizas de la provincia crecieron un

24,5% durante el primer trimestre del año, en relación al mismo período del año pasado. De este modo, según los datos más recientes hechos públicos por la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca, entre enero y marzo de este

año las comercializadoras de la provincia realizaron 12.700 operaciones en mercados extranjeros, a los que enviaron 674.000 toneladas de hortalizas frescas.

Estos envíos alcanzaron, además, un valor superior a los 672 millones de euros, un 0,5% más que en los tres primeros meses del ejercicio anterior, según los datos del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX). En relación al total nacional, la provincia envió en este tiempo a los mercados exteriores el 43% de las hortalizas exportadas por España y que representaron el 45% del valor de esas ventas.

Europa continúa siendo el principal cliente de las exportaciones agroalimentarias provinciales y, de hecho, el 99% de los productos almerienses tiene como destino final alguno de los países del Viejo Continente. El 1% restante se reparte por el resto del mundo en cantidades más pequeñas. En total, se supera el centenar de destinos internacionales.

Almería produce más de 850.000 toneladas

Los agricultores de la provincia de Almería cultivaron en la pasada campaña un total de 858.621 toneladas de tomate en las más de 9.930 hectáreas que se dedicaron a este producto. En la 2009-2010, esta hortaliza destacó por el valor generado. En total la comercialización facturó 765.229.000 euros y los agricultores se repartieron 554.669.000 euros. Según el Servicio de Estadística de la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca, el precio medio alcanzado por el tomate en la anterior campaña se situó en 0,64 euros por kilogramo, casi 10 céntimos más que en la precedente. A este incremento favoreció la reducción de la producción final, así como los factores meteorológicos acontecidos en el año.

PHILOSEED ESPAÑA

"Tyntón tiene un excelente sabor y una muy buena producción"

■ Isabel Fernández

Philoseed tiene en el mercado desde la campaña pasada su variedad de tomate Tyntón, un pintón larga vida en el que se ha trabajado, junto con el sabor y el aspecto, su conservación. Tyntón ha pegado fuerte en el sector de la comercialización en el actual ejercicio y, de hecho, según Abel Salvador, corredor de subastas en AgrupaEjido, "ha tenido una muy buena aceptación entre los compradores". Asimismo, Salvador destaca entre todas las cualidades de esta variedad su sabor.

-¿Qué características tiene Tyntón, de Philoseed, y qué cree que valoran los clientes?

-La verdad es que es una variedad que está teniendo muy buena aceptación. Es un tomate de mucha calidad a la vista y, además, tiene muy buen comer.

-¿Qué tipo de tomate es exactamente?

-Es un tomate pintón para cortar en verde porque alrededor del pe-

dúnculo tiene toda la zona oscura, lo que le da mucha vistosidad. Junto a esto, tiene muy buena producción y un excelente sabor.

-¿Considera que esta variedad de tomate se adapta mejor al mercado nacional o al internacional?

-Lo cierto es que sus características lo convierten en un producto apto tanto para el mercado nacional como para exportación. Además, hace unos días, sin ir más lejos, estuvimos dando una vuelta por unos invernaderos y es un tomate precioso de ver.

-¿Lo han estado comercializando durante toda la campaña?

-Desde luego. De hecho, en AgrupaEjido todavía sigue entrando algo, en menor cantidad, por supuesto, pero seguimos teniendo género. Este tomate tiene dos campañas, otoño y verano, pero siempre es mejor para estas fechas porque la humedad le puede hacer un poco de daño.

-Decía que está teniendo muy

ABEL SALVADOR
CORREDOR EN AGRUPAEJIDO

buena acogida en las subastas...

-Desde luego. A la gente le resulta un producto muy vistoso, llama mucho la atención y, además, insisto en que tiene muy buen sabor. Esto está haciendo que cuando se realiza un envío a cualquier lugar, la persona que lo recibe repita, que diga que quiere volver a probar esos tomates.

-En comparación con otros tomates que se comercializan desde AgrupaEjido, ¿qué cree que aporta éste y que tanto gusta a los clientes?

-Sobre todo el sabor, aunque también el calibre. Hay otras variedades que quizás sean de mayor tamaño y, a la hora del envasado, se puede estropear el tomate. Tyntón, sin embargo, cuenta con el calibre exacto para su comercialización y, además, lo mantiene durante todo el ciclo de cultivo.



■ Tyntón es un tomate pintón larga vida.

RIJK ZWAAN

El tomate ramo Ramyle RZ muestra todo su esplendor gracias a su calidad de piel

ESTA VARIEDAD TAMBIÉN OFRECE RUSTICIDAD AL AGRICULTOR YA QUE NO REQUIERE UN MANEJO ESPECIALIZADO EN TODO EL CICLO PRODUCTIVO

■ José Esteban Ruiz

Entre la amplia oferta de variedades de tomate que ofrece Rijk Zwaan a los agricultores de la provincia de Almería, en tipo ramo destaca Ramyle RZ, un producto que resalta por la calidad de piel del fruto que desarrolla, así como por su rusticidad. Como explica Manuel Hernández, especialista de cultivo de tomate de la casa de semillas, “es una variedad que no necesita emplear durante todo su cultivo un manejo especializado al adaptarse a to-

das las estructuras de producción y a todos las áreas en las que se cultiva tomate en la provincia almeriense, sin la necesidad de modificar la manera de trabajar la plantación”.

VIGOR

Esta variedad desarrolla un ramo muy uniforme, con un verde muy llamativo en raquis y sépalos. Asimismo, cuenta con las principales resistencias a virus y otras enfermedades. Según Hernández, “es muy resistente al virus de la cuchara, spotted y nematodos, las principales afectaciones que preocupan a los productores almerienses”. Y es que gracias a esta fortaleza que presenta Ramyle RZ favorece la evolución de la planta y su productividad.

El fruto, además de distinguirse por una excelente calidad en su piel, ofrece un buen color. Un tomate que viste rojo intenso. En cuanto a su tamaño, el especialista de cultivo de tomate de Rijk Zwaan explica que la planta genera un fruto de un calibre bueno para este tipo de tomate ya que oscila entre M y G. Respecto a su recolección, esta variedad es válida tanto para ramo como para suelto.

Ramyle RZ es una variedad de ciclo largo. Rijk Zwaan recomienda su trasplante para la segunda quincena de agosto, así como para septiembre. La plantación de esta variedad de RZ se adapta muy bien a condiciones del invierno de la zona productiva y mantiene un alto volumen productivo en todo el ciclo.



■ Ramyle RZ ofrece un fácil manejo al agricultor. /FHALMERÍA



Ramyle RZ

Para todoterreno...



SYNGENTA

“Ofrecemos variedades pensando en el productor y en los consumidores”

DAVID MURCIA

JEFE DE PRODUCTO DE TOMATE DE SYNGENTA



EL TOMATE OCUPA UN LUGAR MUY DESTACADO DENTRO DEL AMPLIO CATÁLOGO QUE TIENE SYNGENTA PARA LOS AGRICULTORES LOCALES

■ Rafa Villegas

- La experiencia de Syngenta es un grado, ¿qué importancia le dan dentro de su amplia gama de productos al tomate?

- El tomate siempre ha sido un referente dentro de nuestro catálogo de especies hortícolas. Nuestras variedades de tomate han aportado una calidad de fruta y una apariencia externa reconocidas por el mercado y por nuestros clientes. La importancia de este cultivo hace que Syngenta invierta cuantiosos recursos en el desarrollo de nuevos materiales vegetales que aporten valores agronómicos competitivos.

- ¿Qué tipos de tomate y qué variedades dentro de ellos destaca Syngenta de su catálogo y por qué?

- Nuestra gama de tomate abarca la mayoría de los segmentos presentes en el mercado. Tenemos un amplio repertorio de variedades en el segmento de tomates de ensa-



■ El tomate de Syngenta destaca por su calidad, resistencia, color y buen sabor. /FHALMERÍA

lada como BuBu o Corvey. Estas variedades aportan sabor y una apariencia externa característica de esta tipología. Dentro del segmento cocktail la variedad TyTy aporta una calidad de fruta excepcional y unos valores agronómicos muy competitivos. Para recolecciones tanto en ramo como en suelto, la variedad Amilda aporta un calibre M y frutos de color in-

tenso y gran conservación. Las variedades Torry y Jawara en calibres GG y G respectivamente son opciones ganadoras para ciclos cortos con un paquete de resistencias competitivo y una alta calidad de fruta. En tipologías de menor calibre, la variedad Landolino es un cherry redondo adaptado a ciclos largos y aporta continuidad en la producción debido a sus resis-

tencias y a un buen comportamiento durante los meses de invierno.

- Los portainjertos son una realidad desde hace ya varios años, Syngenta cuenta, por ejemplo, con Arnold y Armstrong, ¿qué los hacen únicos?

- Son unas variedades de portainjerto que aportan un vigor medio-alto y un paquete de resistencias

competitivo. Su compatibilidad con las variedades de tomate presentes en el mercado hace que sean portainjertos ideales para formar combinaciones ganadoras con cualquier variedad del mercado.

- Que el agricultor esté satisfecho con el producto que cultiva es imprescindible, pero también es importante que guste en el proceso de comercialización, así como a la distribución y, cómo no, al consumidor final. Respecto a éste último, ¿qué acciones llevan a cabo para adaptar las semillas de tomate a sus gustos?

- Desde hace más de 10 años Syngenta cuenta en sus instalaciones de El Ejido con un laboratorio de calidad de fruta que trabaja junto a nuestros genetistas para desarrollar variedades que no solo aporten valores agronómicos sino que también incluyan características destinadas a cubrir las demandas de los consumidores desde el punto de vista del sabor, color y características nutricionales.

- ¿Cuál es la tendencia de consumo en cada uno de los tipos de tomate más importantes?

- A nivel nacional es interesante observar cómo se consolidan las variedades de tomate de ensalada de calibre G y GG, tanto en pintón como en maduro. Además el segmento del tomate pera está experimentando una tendencia al alza debido a un mejor color y sabor que muchas de las variedades de tomate suelto. En cuanto a los mercados de exportación la tendencia más evidente es el crecimiento del segmento de cherry pera frente al cherry redondo debido a un mejor sabor y más consistente en el tiempo.

- ¿Cómo se consigue obtener variedades nuevas de cara a cada campaña y que se adapten perfectamente a la climatología del Sureste español?

- Se consigue mediante un plan de desarrollo de variedades diseñado por los departamentos de Marketing e Investigación que se apoya en la realización de un gran número de ensayos en diferentes condiciones de cultivo. La adaptación de las nuevas variedades a las condiciones locales es una de las prioridades que los nuevos materiales deben mostrar para llegar a ser introducidos en el mercado.

GRAN POTENCIAL

Kirill, Fantastic y Lobello, resistencia, calidad y sabor en los nuevos tomates cherry de Diamond Seeds

TODAS LAS CUALIDADES DE UN EXCELENTE PRODUCTO LAS AÚNAN LAS VARIEDADES DEL CATÁLOGO DE ESTA CASA DE SEMILLAS

■ Rafa Villegas

Continuando con la especialización que Diamond Seeds desarrolla dentro del segmento de tomate cherry, esta compañía lanza para la campaña 2011 tres nuevas variedades, Kirill y Fantastic en cherry redondo ramo y Lobello en cherry pera ramo. Estas tres variedades presentan como denominador común, su alta consistencia, gran tolerancia al cracking y su elevada producción. Kirill y Fantastic destacan asimismo por su resistencia (IR) al virus de la cuchara TYCLV y Lobello por su extraordinario color y sabor.

En los diferentes ensayos que Diamond Seeds ha llevado a cabo en sus fincas de desarrollo y con compañías productoras, los técnicos especializados, productores y comercializadoras han podido comprobar el comportamiento de estas tres nuevas variedades, siendo la tolerancia al rajado, la consistencia del fruto, la formación de ramos, producción, así como el sa-



■ Lobello, de color rojo intenso con excelente conservación y sabor.

bor las características más apreciadas.

A las características ya comentadas de las variedades de tomate cherry redondo, Kirill y Fantastic, hay que añadir que ambos tomates son de calibre uniforme con ramos regulares y compactos de 14-16 frutos de color rojo brillante y homogéneo, y larga conservación

post-cosecha. Al mismo tiempo, cabe destacar el buen cuaje tanto en ciclo de otoño como de primavera. En cuanto a las resistencias, junto a la (IR) del virus de la cuchara TYCLV, ambos son resistentes a nematodos y Fulvia Fulva Ff5 (ex Cladosporium), siendo además Fantastic resistente (IR) al virus del bronceado TSWV.



■ Kirill, alta producción de ramos sin problemas de rajado. / FHALMERIA.

Lobello es la nueva apuesta de Diamond Seeds para la gama de tomate cherry pera. Es una variedad de ciclo precoz, con entrenudos cortos y ramos de 12-14 frutos, los cuales presentan una gran uniformidad y un color rojo intenso y brillante. Está especialmente indicado para su recolección en ramo, sin problemas de desprendimiento de los frutos, aunque es también perfectamente apto para su recolección en suelto. Por lo que a resistencias se refiere, Lobello es resistente a HR: V, F1-2, ToMV e

(IR) a MaMiMj (Nemátodos). El sabor, con su elevado contenido en azúcar, y la buena conservación postcosecha distinguen a esta variedad de cherry pera, que junto a su elevada tolerancia al rajado convierten a Lobello en una ventaja competitiva frente a otras variedades.

Kirill, Fantastic y Lobello han sido desarrollados para atender las distintas necesidades de producción, recolección y comercialización para el mercado nacional y de exportación.



UNIDAS CALIDAD Y RESISTENCIA

KIRILL F1

CHERRY RAMO

IR: Cuchara TYLCV.

"Muy consistente y gran tolerancia al rajado"



www.diamondseeds.com

COMPETENCIAS

Las cosechas de Murcia y Alicante hunden los valores del liso verde en Almería



■ Producción de tomate liso. / FHALMERIA

■ E. S. G.

Las producciones que están empezando a salir de los campos de Murcia y Alicante de tomate liso verde están provocando descenso de precios en esta hortaliza en Almería. Y es que como explica Andrés Góngora, secretario provincial de COAG, “la presencia de género en otras zonas productoras está perjudicando a los kilos que quedan en Almería. Además, durante toda la campaña se ha notado una inestabilidad considerable en sus precios, puesto que hasta hace unos días su cotización era de dos euros, y sin embargo, ahora, el tomate liso verde no vale nada”. De hecho, otro de los factores que ha llevado a esta inestabilidad ha sido el excesivo número de kilos obtenidos este ejercicio agrícola y el problema de que “no se han sabido colocar en los mercados”, afirma An-

drés Góngora. Sin embargo, parece ser que el liso rojo no ha tenido tanta mala suerte y “durante la campaña de otoño ha logrado escaparse a medias de la situación. Aún así, el tomate en general no ha contado con buenos precios en la presente campaña y claro, eso al final repercute en cada una de las variedades de una manera u otra”.

CONSUMIDOR

A pesar de que el tomate liso es uno de los de más calidad y sabor dentro del mercado de frutas y hortalizas, el secretario provincial de COAG indica que “es un producto que el consumidor no acaba de demandar en grandes cantidades. Le pasa lo mismo que al tomate pera, son frutos conocidos pero no sabemos por qué no se consumen tanto como se dese-
ría”.

I+D

La calidad, vida útil y la IV gama en tomate, a estudio

■ Elena Sánchez

El grupo de Poscosecha del centro IFAPA de La Mojonera tiene en marcha tres proyectos de investigación relacionados con el tomate. El primero de ellos está encuadrado dentro de un proyecto de transferencia (Transforma 2010) denominado ‘Desarrollo de diferentes técnicas y productos agroalimentarios de origen vegetal’, en él se están llevando a cabo distintos estudios con tomate tipo Raf. Según ha informado Irene Domínguez, investigadora del Área de Poscosecha del centro IFAPA La Mojonera, “el proyecto tiene dos objetivos fundamentales, por un lado estudiar la influencia que determinados factores precosecha ejercen sobre la calidad del fruto y por el otro, la búsqueda de estrategias que permitan alargar la vida útil del tomate Raf una vez cosechado”.

Los factores precosecha influyen de forma muy significativa no sólo en la producción sino en la calidad del fruto final. En este sentido, desde el Área de Producción Agraria del mismo centro llevan a cabo estudios con distintos tratamientos en el cultivo de esta variedad de tomate. En colaboración con dicho grupo y desde el Área de Poscosecha se pretende estudiar la influencia que dichos tratamientos ejercen en la calidad físico-química, nutricional y sensorial del tomate Raf a lo largo de su vida útil. Igualmente, Domínguez ha co-



■ Ensayo con Raf. / IFAPA

mentado que “los experimentos de conservación que se han llevado a cabo hasta el momento se han realizado con muestras de tomate tipo Raf proporcionadas por las empresas TomaRaf, Agrupalmería y Caparrós”. La verdad es que “estamos muy agradecidos a todas las comercializadoras que nos han aportado género para poder desarrollar nuestros proyectos y vemos muy positivo el interés de las empresas por la investigación y la innovación en el sector”.

El segundo estudio forma parte un de Proyecto Estratégico denominado ‘Tecnología de conservación de frutas y hortalizas mínimamente procesadas (IV gama)’. En él se lleva a cabo el desarrollo de un producto IV gama con base en tomate (elaboración de rodajas). Uno de los objetivos principales del IFAPA es dotar a los productos

de Almería de un mayor valor añadido, por ello junto con la potenciación de variedades diferenciadas por su calidad, como es el caso del tomate Raf, se considera de gran interés el desarrollo de productos transformados a partir de variedades que se cultivan en nuestra provincia. “En este momento y en colaboración con distintas casas de semillas y empresas comercializadoras estamos testando diferentes variedades de tomate, en la búsqueda de aquellas más óptimas para su procesado. La selección se lleva a cabo en función de la calidad sensorial, morfología del fruto, respuesta al corte y sensibilidad a bajas temperaturas”.

Asimismo, dentro de este proyecto estratégico está un tercer estudio relacionado con el desarrollo de adsorbentes de etileno. Según la investigadora Irene Domínguez, “el tomate, por tratarse de un fruto climatérico, produce etileno durante el proceso de maduración. En nuestro grupo proponemos el empleo de materiales que siendo capaces de adsorber etileno no entrañen peligro alguno al consumidor”. Además, “estos materiales por su inocuidad podrían incorporarse directamente en la síntesis del film de envasado, ya que podrían entrar en contacto directo con frutas y hortalizas”. Este proyecto está enfocado para el tomate, aunque también es válido para otros productos climatéricos y/o sensibles a etileno.

AÑO COMPLICADO

La excesiva producción y los bajos precios marcan la campaña del Raf

■ E. Sánchez

La campaña de tomate Raf en la provincia almeriense ha estado marcada por dos factores, la excesiva producción y los precios irregulares que han obtenido, sobre todo, los agricultores. En este sentido, Daniel Aguilera, presidente de Tomaraf, ha explicado que “la campaña ha sido complicada para el sector debido, sobre todo, a que ha habido muchos kilos y el tomate no ha estado valorado en algunas épocas del año”. Parece ser que

al final del ejercicio se ha enderezado algo la situación, “pero al ser un año malo para el tomate en general, también ha afectado al Raf”.

En cuanto a los precios, el presidente de Tomaraf confirma que “se han registrado precios de todo tipo y sobre todo en las pequeñas partidas, las cotizaciones han sido altas, pero a nivel general, los precios han estado por debajo del euro el kilo”. El problema más destacado por Aguilera es el exceso de producción que, además, “ha sido de mala calidad, lo que también ha

provocado que las cotizaciones no hayan sido como las de años anteriores, por lo que si esto no acompaña, la cosecha no tiene tanta rentabilidad para el productor”.

Sin embargo, a nivel particular, para Tomaraf la campaña no ha sido del todo mala puesto que “tenemos nuestros clientes fijos que nos permiten contar con una actividad algo más estable. Nuestros mercados son las cadenas de supermercados nacionales, Alemania y Suiza. Este año no hemos querido arriesgar con nuevos países”.



■ Producción de tomate Raf en la provincia de Almería. / FHALMERIA

MONSANTO

Ventero resalta por su buen color y sabor, calidad de fruto y conservación

LA CASA DE SEMILLAS HA DESARROLLADO EN ESTA CAMPAÑA EL CONCEPTO 'LIVING PROOF' PARA MOSTRAR TODO SU PANEL VARIETAL

■ CIA

Durante esta campaña y con el concepto de 'Living Proof', Monsanto ha puesto a la disposición del agricultor dos invernaderos de demostración, uno en el Poniente y otro en el Levante almeriense, con todo su panel varietal de tomates. Desde la casa de semillas explican que "quisimos darle a conocer las principales variedades de tomate exponiendo sus características básicas en cuanto a forma, tamaño, color o las condiciones que requieren para su correcto desarrollo. Hemos recibido numerosas visitas de agricultores, técnicos, empresas, etc. tanto a nivel nacional



■ Tomate ramo Ventero. /FHALMERÍA

como internacional, donde pudieron también intercambiar opiniones junto al equipo de técnicos, comerciales y marketing de De Ruiters Seeds sobre las diferentes variedades del mercado".

En concreto, se mostró la variedad 'Ventero', un tomate para suel-

to y ramo que destaca por su calidad de fruto, con un buen sabor, excelente color y conservación. El tomate tiene un calibre, fundamentalmente, G y también M, con una forma ligeramente achatada y de un color rojo intenso realmente excelente. Los frutos presentan,

en general, dos o tres lóbulos y tienen los sépalos largos, lo que les hace más atractivos. El tomate Ventero es de gran consistencia, sin problemas de ahuecado y con una altísima resistencia al cracking y microcracking, en condiciones de frío y humedad, así como el blotching. En condiciones de cuajo en calor, tampoco ofrece ninguna sensibilidad al rajado de frutos.

La planta de la variedad Ventero es de vigor medio-alto y su sistema radicular fuerte, con entrenudos medios y una hoja de color verde oscuro, no muy grande. Su porte abierto permite una mejor ventilación y entrada de luz, por lo que el número de podas se reduce. Estas características le confieren a la planta una buena idoneidad para ser cultivada en invernadero durante los meses fríos, con un crecimiento continuo, sin fallos en la floración y, por lo tanto, en el cuajado y desarrollo de frutos. De

la variedad Ventero también se puede destacar su escasa proliferación de tallos laterales, así como el hecho de que los ramilletes sean en forma de raspa de pescado, largos y bien formados.

Ventero también ha sido pensada para el consumidor del norte de Europa, que podrá comérselo durante los meses de invierno con una apariencia típica al tomate holandés, muy demandado. Ventero se aconseja para plantaciones medias y tardías en invernadero en otoño y para plantaciones en primavera.

En cuanto a la gama de portainjertos de tomate que ofrecen en Monsanto, "cubren todas las necesidades del agricultor", aseguran en la empresa. Entre ellas, destaca Beaufort, Maxifort y Multifort. Las tres son variedades de portainjertos para tomate y berenjena, híbridos interespecíficos. Las variedades injertadas en Beaufort experimentan un aumento de vigor, incrementando tanto la calidad como la cantidad de frutos. Por su parte, Maxifort destaca por su buen comportamiento bajo condiciones de cultivo extremas y Multifort se recomienda para cultivos de ciclo largo en suelos y cultivos ecológicos.

Beaufort, Maxifort y Multifort

producción y rentabilidad sin riesgos



DE RUITERS SEEDS
HYBRID SEEDS

MONSANTO



NUNHEMS

“Ayudamos a mejorar el beneficio del agricultor gracias a la mayor producción”

MARMALINDO Y MARYSMA SON LAS PROPUESTAS DE NUNHEMS PARA LOS PRODUCTORES MÁS ‘TRADICIONALES’ QUE BUSCAN CALIDAD Y KILOS

■ Isabel Fernández

-Nunhems está volcada con la promoción de sus variedades de Marmande de cara a la próxima campaña. ¿Qué caracteriza a estos tomates?

-Nuestras variedades de tipo Marmande se caracterizan por ser variedades de cuello intenso, por tener muy buen asurcado y, además, son variedades de largo recorrido adaptadas al Sureste español. Destacan sobre todo por su alta calidad y uniformidad de fruto durante todo el ciclo. Asimismo, están indicadas para hacer el transplante de agosto en adelante, tanto para ciclo corto como para ciclo largo, son muy productivas y presentan una gran conservación y firmeza.

-Marmalindo y Marysma son los nombres de sus dos variedades

tipo Marmande. ¿Qué diría de la una y de la otra?

-Marmalindo es una variedad estándar, pero Marysma es una variedad resistente al virus de la cuchara. Ambas se pueden recolectar tanto en pintón como en rojo y son de fácil manejo. De hecho, yo diría que son variedades en las que destaca, sobre todo, su facilidad de manejo, su facilidad de cultivo. No hace falta ser un gran especialista para sacar una muy buena calidad.

-¿Qué buscan con estas dos propuestas para el agricultor de cara a la próxima campaña?

-Con nuestras variedades estamos supliendo la necesidad del agricultor de ampliar el ciclo de cultivo, no restringirlo a unos pocos meses al año, sino incluso transplantar en agosto y alargar la plantación hasta junio. Esos son muchos meses de producción y, de esa manera, le facilitamos a nuestros agricultores el tener más producción durante más tiempo. Estas variedades presentan mucha calidad y muy buena uniformidad durante todo el ciclo, de manera que no



■ Variedades tipo Marmande de Nunhems. / FHALMERÍA

tienen altibajos en cuanto a producción, sino que son variedades muy estables. Además, tenemos respuesta para todos los agricultores, ya que a los productores de Marmande tradicional le ofrecemos la alternativa de tener resistencia al virus de la cuchara con Marysma.

-Los tomates tipo Marmande tienen muy difícil la exportación...

-Así es, pero estas variedades tienen una extraordinaria conserva-

ción, por tanto, están indicadas tanto para mercado nacional como para mercado internacional en color más maduro, más rojo.

-¿Qué cree que aporta Nunhems al mercado del tomate con estas dos variedades?

-Nosotros aportamos con nuestras variedades tres puntos clave: el primero es la posibilidad de ampliar el ciclo de cultivo para un agricultor de Marmande tradicional, buscando más producción y más



IVÁN SIERRA
ESPECIALISTA DE TOMATE DE NUNHEMS

beneficio; en definitiva, ayudamos a mejorar el beneficio del agricultor por el hecho de tener más meses de producción, le aseguramos un mayor beneficio. En segundo lugar, ofrecemos la posibilidad de buscar con estas variedades tanto mercado nacional como mercado de exportación, tanto en pintón como en rojo, por su buena conservación y firmeza.

-¿Y cuál es el tercer punto clave?

-El tercer punto es nuestra aportación con Marysma. Con esta variedad ofrecemos la alternativa de resistencia al virus de la cuchara para agricultores que siembran variedades tradicionales.

MÉTODO EN EXPANSIÓN

La superficie de tomate con lucha integrada supone ya casi el 30% del total de este cultivo

■ I. F. G.

La superficie de tomate cultivada con lucha integrada en la provincia supone ya casi el 30% del total destinado a esta producción. Así se desprende de los últimos datos hechos públicos por la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca, que recogen que, en esta campaña, 2.623 hectáreas de superficie se han cultivado bajo métodos de control biológico de plagas. Esta cifra supone, asimismo, un 7% más con respecto a hace un año, cuando esa superficie se cifró en algo más de 2.451 hectáreas.

Estos números ponen de manifiesto que empresas y agricultores se han puesto manos a la obra para hacer crecer el control biológico en uno de los mayores cultivos de la provincia; sin embargo, aún quedan muchas cosas por hacer. Y es que los competidores directos de Almería, sobre todo Marruecos, están creciendo mucho en este senti-



■ Más de 2.600 hectáreas se hacen con control integrado. / FHALMERÍA

do en las últimas campañas. De este modo, Kris de Smet, director comercial de Koppert España, comentó que “en Marruecos, el control biológico se aplica a la mayoría de las plantaciones de tomate”, debido, sobre todo, a la gran incidencia que la Tuta absoluta tiene

sobre este cultivo en la zona. “Ellos tuvieron un mayor problema con la Tuta porque esta plaga prefiere el calor y, en este país, las temperaturas son altas todo el año”, explicó.

Marruecos, principal competidor de la agricultura almeriense en to-

mate, está creciendo de forma considerable en lucha integrada y, de hecho, según comentaron desde ASAJA-Almería, el 50% de su superficie ya se hace con estos métodos. Llegados a este punto, a Almería le toca ‘ponerse las pilas’ y, según señalaron desde las empre-

sas dedicadas a la producción y comercialización de fauna auxiliar, ya se está haciendo, y con buenos resultados. Tanto es así que José Antonio Santorromán, gerente de Agrobío, afirmó que “todo el mundo quiere hacer control integrado la próxima campaña” y, de hecho, denominó la situación que pueda darse de aquí a unos meses como una “segunda ‘revolución verde’”.

Desde Agrobío y Koppert llevan mucho tiempo perfeccionando el control biológico en tomate y, en los últimos tiempos, han conseguido grandes resultados. En el caso de Koppert, su protocolo de sueltas tempranas de Nesidiocoris tenuis en semilleros ha permitido una mayor efectividad de este depredador natural a la hora de controlar las plagas del tomate.

Por su parte, en Agrobío, según comentó su gerente, “hemos conseguido unos excelentes resultados en nuestras últimas experiencias de control biológico en tomate”. Teniendo en cuenta esto último, José Antonio Santorromán insistió en que, si bien es cierto que los competidores de Almería están trabajando duro, también lo es que “nosotros no dejamos de investigar en lucha integrada”.

SEMILLEROS

El Plantel marca tendencia en la técnica del injerto con 15 años de experiencia

ESTA TÉCNICA DE CULTIVO AUMENTA CADA AÑO SU PORCENTAJE DE DEMANDA ENTRE LOS AGRICULTORES DE PRODUCTO DE TOMATE

■ Elena Sánchez

El semillero El Plantel está marcando tendencia en la técnica del injerto en tomate, lo que está provocando que los agricultores se decanten cada vez más por esta forma de producción. Una experiencia que sobrepasa los diez años y que permite que El Plantel siga trabajando en innovación y mejoras con respecto a dicha técnica. De hecho, una de las características que llevan a diferenciar el injerto de esta casa con otros es la existencia de un programa “que te informa de todos los cambios de temperatura y humedad durante el tiempo que ha estado la planta en la cámara”, comenta el gerente de El Plantel, Manuel Escuredo, quien también asegura que “el injerto de tomate que tenemos es distinto al que hace el 80 por ciento del mercado”.

AMPLIACIÓN

Es tal la aceptación que está teniendo entre los productores, sobre todo, de la zona del Levante almeriense, que la empresa va a ampliar la parte del injerto y de agricultura ecológica en sus instala-



■ Interior de las instalaciones del semillero. / FHALMERÍA

ciones de Níjar. El 70 por ciento de los ciclos largos de producción de tomate se injertan, mientras que el ciclo corto se injerta en sólo un 30 por ciento. El motivo es, según Escuredo, que “la planta, cuando está en la tierra nueve meses, experimenta un descenso de producción si no tienes una mata fuerte, algo que sí se logra con el injerto, puesto que aporta un mayor vigor

a la planta y la raíz es mucho más fuerte”.

Entre los meses de julio y agosto es cuando se comienza a injertar los ciclos largos de tomate, logrando que esta técnica de producción aporte más producción y de mayor calibre en los últimos cuatro meses del cultivo. Igualmente, la calidad es mayor, así como el fruto cuenta con un bri-

llo y consistencia especial. Por otro lado, desde El Plantel afirman que “progresivamente, el injerto de tomate se ha visto aumentado alrededor de un cinco por ciento en los últimos 10 años, lo que nos permite interpretar que los agricultores se están dando cuenta de que obtienen más beneficio, más kilos y calibres más gruesos con esta forma de producción”.

Siempre a la vanguardia de las nuevas tecnologías

Desde semilleros El Plantel la innovación y la investigación es uno de los pilares básicos del desarrollo de la entidad, ya que el objetivo es, según Manuel Escuredo, “lograr nuevos productos y mejorar los que ya están en marcha”. Las nuevas tecnologías siempre permiten avanzar en el proceso productivo del fruto, así como en las posibilidades de ofrecer nuevas opciones a los agricultores. En el caso del injerto, El Plantel cuenta con nueva maquinaria y, de hecho, “la primera cámara de cultivo con luz natural que se monta en Almería la hace El Plantel y a raíz de ahí, todo ha ido ligado con la renovación y la mejora de nuestras tecnologías”. Con todo ello, se está demostrando que la agricultura va ligada al sector de la I+D con el fin de lograr responder a las demandas tanto de agricultores como de consumidores.



El Plantel
SEMILLEROS



SAN ISIDRO-NIJAR (Almería)
Paraje Las Almenas s/n
Tel/Fax: 950 090900

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

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

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

NOVEDADES

Zeta Seeds aúnna todas las ventajas en las variedades que oferta para el otoño

LA NOVEDAD ESTRELLA DE TOMATE ESTE AÑO SE LLAMA RAMDY Y ES IDEAL PARA RECOLECCIÓN EN RAMO. SU FRUTO ES DE EXCELENTE CALIDAD

■ Rafa Villegas

Zeta Seeds se ha caracterizado desde sus inicios por lograr conseguir variedades que aúnen el mayor número posible de ventajas y que, por lo tanto, mejoren la productividad, resistencias y rentabilidad de los cultivos al agricultor.

Respecto al segmento del tomate, para la próxima campaña, y como novedad, Zeta Seeds pondrá en el mercado, como ha explicado el jefe de Desarrollo de la casa de semillas en Almería, “la variedad RAMDY, especialmente indicada para recolección en ramo”. Se recomienda para trasplantes de mediados de agosto hasta finales de septiembre y se caracteriza por disponer de una planta vigorosa y de porte abierto que le permite un ciclo largo de cultivo. Sus ramos son muy homogéneos y sus frutos tienen un calibre M-MM y presentan muy buen color, excelente firmeza y larga vida comercial.

Por otra parte, en la línea de tomate grueso, para recolección en pintón, González ha explicado que cuentan con ELCABO. Lo reco-



■ Variedad de tomate ELCABO de Zeta Seeds. / FHALMERIA

mienda “para trasplantes de mediados de agosto en adelante, en ciclo de otoño, y a partir de octubre para ciclo de primavera”. La variedad es de planta vigorosa, de entrenudos medios y follaje verde claro que le proporciona una cobertura equilibrada. Presenta ramos formados por entre cinco y seis frutos de calibres G-GG muy uniformes, de forma ligeramente achatados y lisos. Sus frutos son de excelente sabor que destaca en precocidad sobre otras variedades de su mismo ciclo.

Respecto a los tomates de tipo pera y calibres gruesos, Zeta Seeds dispone de dos variedades que son referentes en el mercado, tanto por calidad como por sus ele-

vadas producciones. ROYALTY es la variedad indicada para ciclo largo de cultivo, proporcionando frutos de alto calibre, atractivo color rojo y excelente firmeza. Del mismo modo, MEYITY es la variedad indicada para el ciclo de primavera, que puede ser cultivada en invernadero y aire libre, proporcionando en ambos casos unos elevados niveles de producción y calidad en frutos de calibres gruesos.

Hay un motivo que hace, por otra parte, que sean muchos los agricultores que se decantan por una semilla de Zeta Seeds en detrimento de las de otras empresas. Así, al respecto, según ha explicado Rafael González, “el agri-

cultor siempre busca variedades que mejoren o aporten alguna ventaja respecto a lo que ya conocen. Eso ha sucedido, por ejemplo, con ELCABO en cuanto a que, a diferencia de otras, ha logrado reunir en la misma variedad tamaño, precocidad, resistencias y calidad comercial”. En la misma línea, el jefe de Desarrollo de Zeta Seeds para Almería ha hablado de RAMDY que, como ha asegurado, “aporta una excelente perfección del ramo, unido al hecho de que, adecuadamente cultivado, mantiene el tamaño del fruto durante todo el ciclo”.

Respecto a las previsiones de superficie de tomate de cara a la



■ Variedad RAMDY. / FHALMERIA

próxima campaña, Rafael González ha asegurado que, como ya viene siendo habitual, “la superficie dedicada al cultivo de tomates sigue siendo de las más estables en los últimos años y nada hace pensar que esta superficie vaya a cambiar en la próxima campaña. Pueden darse variaciones, eso sí, en los tipos y en las fechas de plantación dependiendo en cada momento de los acuerdos comerciales de los grupos productores”.

Cabe recordar que aún son muchos los agricultores que no se han decidido por la variedad que quieren sembrar. La mayoría siembra los tomates a partir del mes de agosto.

BALANCE

El tomate larga vida para ensalada registra uno de las mayores producciones esta campaña

■ R. V. A.

El tomate larga vida para ensalada ha sido siempre uno de los más producidos por los agricultores de la provincia almeriense. Así ha sido, por ejemplo, en la campaña hortofrutícola 2010/2011, donde ha tenido lugar un incremento del número de productores.

El problema radica, principalmente, en que se ha concentrado mucho la producción, lo que ha acarreado, como no podía ser de otra manera, un descenso de los precios en origen de este tipo



■ Tomate larga vida. / FHALMERIA

de tomate. Pero el problema principal que ha ocurrido, según ha explicado el secretario provincial de la organización agraria COAG-Almería, Andrés Góngora, es que “algunos tomates en rama han tenido problemas por lo que los agricultores no han tenido más remedio que soltarlos y, de consecuencia, han pasado a ser larga vida también”.

Ese es, a juicio de Góngora, el motivo principal del “hundimiento de los precios”.

Respecto a los diferentes mercados de destino a los que se ex-

portan los tomates larga vida para ensalada, Andrés Góngora ha destacado, por encima de los demás, aparte del mercado nacional, a los de “Alemania, Italia, Polonia y el Este de Europa”. Por otra parte, también demandan tomate larga vida para ensalada suelto, aunque prefieren en rama, los mercados de destino de los Países Bajos, Francia y el Reino Unido.

Pese a los bajos precios a los que ha cotizado esta campaña el tomate larga vida para ensalada, este producto ha tenido buenos precios en anteriores campañas y tiene unos productores de los más fieles. Y es que los agricultores que eligen el tomate suelen trabajar siempre con ese producto, a lo sumo suelen cambiar de tipo de una campaña para otra, menos de producto.

PRODUCCIÓN

El agricultor apuesta la próxima campaña por un cultivo veinte días más temprano

Elena Sánchez

Las tendencias del agricultor a la hora de preparar una campaña siempre varían dependiendo un poco de los resultados del ejercicio agrícola anterior, así como de las posibilidades con las que cuenta para el siguiente año. En esta ocasión, y tras los buenos precios que el tomate registró hasta el mes de diciembre en la pasada campaña, debido a la escasa producción en ese periodo de tiempo, “el agricultor va a plantar más temprano, unos 15-20 días antes, aproximadamente”, asegura Manuel Hernández, responsable de tomate de la casa de semillas Rijk Zwaan. Está claro que la decisión de hacer una cosa u otra depende mucho del transcurso de un ejercicio, ya que “en la campaña anterior ocurrió todo lo contrario y la producción fue más tardía”. Uno de los aspectos que también está beneficiando al tomate en los últimos años es que su superficie en la provincia de Almería se encuentra muy estable, entre las 9.000 y 10.000 hectáreas, lo que permite planificar algo mejor cada año, a pesar de los posibles cambios que se puedan realizar por diversos factores de última hora.

CICLOS DE PRODUCCIÓN

En cuanto a los ciclos de producción, Manuel Hernández explica que “a no ser que la necesidad del agricultor sea otra provocada por los resultados finales de campaña, en la zona almeriense de Níjar siempre se va a trabajar con ciclos largos de tomate debido al clima y a las temperaturas que se registran a lo largo de la campaña; mientras que en La Cañada y el Poniente almeriense se trabaja con ciclos cortos, para una vez que llegan los meses de enero o febrero comenzar a trabajar con otros cultivos, sobre todo de primavera”.

También es cierto que en los últimos años la mayor tendencia que se está dando entre los agricultores de ciclo largo es el uso de la técnica del injerto, ya que, según el responsable de tomate de Rijk Zwaan, “da mucho más vigor a la planta, aporta una fuerza considerable a la raíz y al final del ciclo sigues teniendo más producción, por lo que es recomendable que se emplee el injerto, además de que actúa eficazmente ante las enfermedades de suelo”.

Por otro lado, aunque poco a poco, sí es cierto que cada vez se está notando más cómo el agricul-

tor va adaptando sus producciones a las exigencias del mercado, una tendencia que parecía haberse quedado paralizada, pero que sin embargo ha vuelto a coger oxígeno en las últimas campañas. Un agricultor siempre ha tenido predilección por trabajar una finca que le dé mu-

chos kilos y frutos de gran calibre. No obstante, las cosas se están equilibrando y ahora los productores saben cuáles son las líneas que tienen que tomar en cada inicio de ejercicio para que su producción cuente con el mejor de los resultados.



■ Interior de un invernadero con cultivo de tomate. / FHALMERÍA

Elcabo



El que más pronto se corta y con el mejor calibre

Para trasplantes del 15 de agosto en adelante
| Calibre GG-G | Cuchara | Spotted | Nematodos

zeta seeds
semillas de españa

SEMILLAS FITO

Alterio, Bigram y Byelsa triunfan en Almería por calidad y alta producción

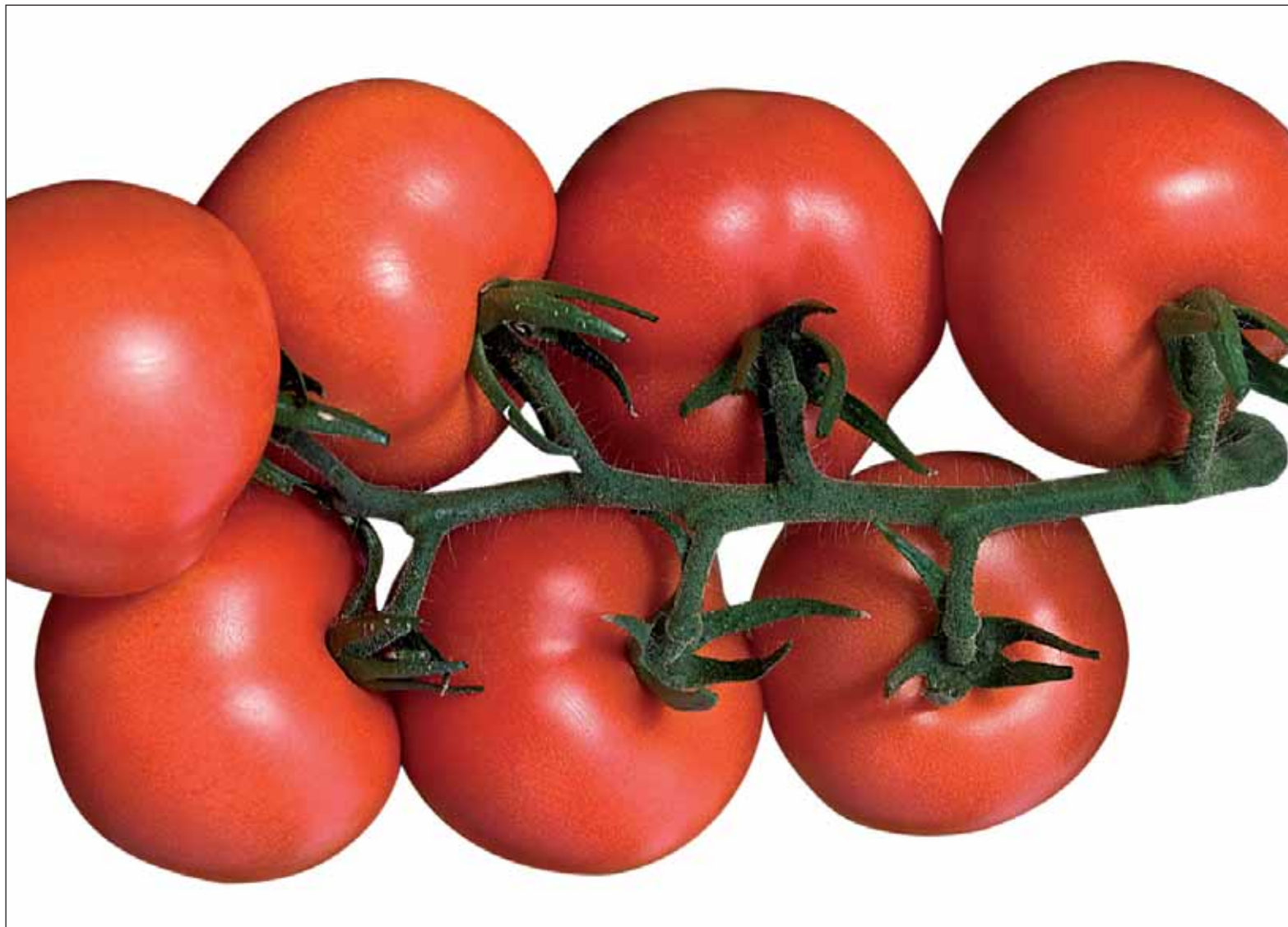
LA MULTINACIONAL ESPAÑOLA CUENTA CON EL AVAL Y EXPERIENCIA QUE LE PROPORCIONAN SUS ENSAYOS EN EL CAMPO ALMERIENSE

■ CIA

Semillas Fitó, multinacional española líder en el área productiva del Mediterráneo, está introduciendo con éxito variedades de tomate en los invernaderos almerienses gracias, en gran parte, al desarrollo de nuevas variedades en colaboración con los horticultores de aquella zona. No en vano la compañía cuenta con uno de sus Centros de Mejora a nivel mundial en Santa María del Águila, en el municipio de El Ejido, desde donde se han desarrollado variedades de tomate como Alterio, Bigram y Byelsa, que han obtenido muy buenos resultados esta campaña que acaba de terminar en sus respectivos segmentos de mercado.

SIN INJERTO

Así, en el segmento de tomate en ramo, Semillas Fitó cuenta con la variedad Alterio (HB 08254), un tomate de ciclo largo para trasplante a partir de mediados de agosto y que ofrece la máxima calidad de fruto y una altísima producción. Alterio es una variedad con un fruto de calibre medio, con un peso de entre 100 y 120 gramos, en torno a 5 grados Brix, una dureza de 82 'shore' y un periodo de postcosecha de cinco semanas, pudiéndose recolectar en ramo o suelto. Precisamente, la alta calidad del fruto es una de sus características más apreciadas tanto por color como por dureza y alta resistencia al rajado y 'microcracking'. La densidad de plantación recomendada está entre 12.000 a 13.000 tallos por hectárea, para conseguir la máxima calidad de ramo y fruto. Además, el tomate Alterio destaca también por tener una planta de gran vigor, por lo que en Semillas Fitó se recomienda no injertarlo y, en caso de tener que hacerlo, que sea con un portainjerto que aporte el mínimo de vigor posible. Otro aspecto a des-



■ Alterio es una variedad de tomate de ciclo largo para trasplante a partir de mediados de agosto. /FHALMERÍA

tacar es su elevada producción, especialmente en los meses de invierno.

'RASPA DE PESCADO'

En el segmento de tomate ramo también destaca la variedad Bigram, que presenta una planta cubierta, muy vigorosa, de entrenudo corto y de ciclo largo. Ramo en forma de 'raspa de pescado', de raquis grueso y verde oscuro, manteniéndose bien en postcosecha y con gran facilidad de cuaje durante el invierno. El fruto es de larga vida y de calibre M, pudiendo llegar a G en función del cultivo con buen color rojo y buena conservación. Se recomienda el trasplante a mediados de agosto y durante el mes de septiembre, o de diciembre a primeros de enero para primavera, poniendo entre 12.000 y 14.000 tallos por hectárea.

Por último, en variedades de tomate pera grueso, en tan solo

una campaña la variedad Byelsa se ha consolidado claramente como una referencia líder del segmento en España y con muy buenos resultados en Italia y México, lo que demuestra su potencial y adaptación a cualquier tipo de terreno y clima. Precisamente, la estabilidad de esta variedad es una de las características más apreciadas en los invernaderos, ya que, en todas las zonas donde se está cultivando Byelsa, siempre responde de la misma forma, con el mismo buen porte de planta, una gran productividad y una excelente calidad del fruto. Byelsa es un tomate pera resistente al calor, con un calibre grueso y homogéneo durante todo el año y con muy buen color. La planta es vigorosa, de entrenudo corto y buena cobertura foliar, con gran facilidad de cuaje con calor. El fruto es largo, sin cuello verde, de color rojo muy intenso, buena dureza y una gran conservación postcosecha.



■ Byelsa se adapta a todas las zonas de cultivo. /FHALMERÍA

TENDENCIAS

El tomate ensalada de gran calibre registra en el último año un incremento en la demanda del mercado nacional

■ Elena Sánchez

El tomate ensalada es una de las variedades que mejor están respondiendo en los últimos años dentro del mercado nacional. Y es que, según ha dado a conocer Manuel Hernández, responsable de tomate de Rijk Zwaan, “esta hortaliza de gran calibre está creciendo paulatinamente dentro de la demanda del mercado español”. Las tendencias varían dependiendo de los cambios del consumidor y de las producciones en origen y por este motivo, ahora es cuando se está viendo un aumento en este aspecto.

Sin embargo, Manuel Hernández explica que en el caso del cherry suelto, las tendencias están bajando “porque cada vez se produce más en otros países y, claro, la demanda se ve mermada en nuestra provincia”. De hecho, todo lo contrario les ocurre al cherry rama y pera, “que cada vez están demandándose más”, lo que provoca, a su vez, que “el cocktail tenga menos producción en la última campaña debido a que el rama se paga bastante mejor al agricultor”.

EN ALZA

Asimismo, el responsable de tomate de la casa de semillas Rijk Zwaan ha indicado que “el intermedio suelto se encuentra estable en el mercado, pero con una tendencia al alza en los últimos meses gracias a sus buenos precios y al consumo constante”. Parecida es la situación del tomate rama, “una de las variedades que más equilibradas se encuentran en el mercado en estos momentos por su buena aceptación en los países europeos”.

En cuanto al calibre del producto, parece ser que lo que se busca es “un buen tamaño y, por supuesto, un producto que sea de calidad”. En este sentido, Manuel Hernández expone que “en Inglaterra se demanda mucho el tomate suelto con un calibre M y doble M. Y es que el mercado inglés es uno de los más delicados con los que trabaja el sector agrícola almeriense debido a que son muy estrictos, algo que en realidad es normal y no nos preocupa”. En cuanto al mercado alemán, “las tendencias de las últimas campañas están girando en torno a la compra de un tomate suelto pero de calibre G, sin embargo, no sabemos por qué, pero este año se

ha pagado bastante más caro el producto que tenía un calibre M”.

Está claro que la innovación en este tipo de sectores tiene que estar a la vanguardia, ya que “cuando presentamos una nueva variedad, en este caso de tomate, los primeros años son excepcionales

en cuanto a la aceptación por parte de los mercados y se paga muy bien el kilo, sin embargo, después el producto cae en lo que nosotros decimos ‘commodity’ y es cuando debemos presentar un producto nuevo para seguir engancharlo tanto al comprador como al

consumidor”, explica el responsable de tomate de Rijk Zwaan. Las tendencias del mercado a la hora de demandar un producto con unas características u otras están variando continuamente, ya que éstas dependen de factores como el clima, el nivel de producción,

la propia cosecha del país demandante, etc. En cuanto a las cifras registradas en las últimas semanas se nota que el tomate sigue en cabeza dentro de la provincia, ya que se mantiene como el ‘superventas’ del sector al exterior, con el 27,1% de las exportaciones. Asimismo, en el conjunto de España, Almería representa más de la mitad del total de ventas de tomate, según datos del Instituto Español de Comercio Exterior, ICEX.

**Si hablamos de tomates,
los horticultores profesionales
siempre eligen las mejores variedades...**

**Alterio,
El ramo más productivo con la máxima calidad**

**Bigram,
El ramo con más calibre**

**Byelsa,
El pera resistente al calor**

SEMILLAS
fito

Desde 1880, mejorando contigo

www.semillasfito.com

HAZERA ESPAÑA

Marylu y Ninette, tomates de la más alta calidad para los mercados más exigentes

MARYLU, UN RAMO PARA RECOLECCIÓN EN SUELTO O EN RAMO, Y NINETTE PARA SUELTO, PERO AMBOS RESISTENTES AL VIRUS DE LA CUCHARA

■ CIA

Hazera España, empresa de semillas líder en tomate, vuelve a la carga esta campaña con dos variedades que vienen a consolidar su posición en el exigente mercado de tomate rojo. Se trata de sus dos variedades estrella: Marylu, tomate en rama, y Ninette, para suelto.

La característica común que vincula a ambas variedades es la calidad. Se trata de dos productos con un grado de calidad al más alto nivel para satisfacer a los mercados más exigentes. Asimismo, Ninette y Marylu pertenecen a la generación de variedades con resistencia



■ Marylu es un tomate con ramos en forma de raspa de pescado.

al virus de la cuchara (IR), característica prácticamente imprescindible hoy día dada la preocupación cada vez mayor con respecto a este problema.

Marylu es un tomate con ramos en forma de raspa de pescado per-

fectos, para recolección en ramo o suelto, según la necesidad del cliente. El fruto presenta un color rojo intenso, brillante durante todo el ciclo, destacando igualmente por la excelente conservación. Otro parámetro de especial importancia



■ Ninette, variedad concebida para el mercado de tomate rojo suelto.

para la aceptación del producto ha sido su sabor: mucho más intenso y con mayor °Brix que el resto de variedades de su segmento.

Por contra, Ninette es una variedad concebida para el mercado de tomate rojo suelto de calibre G mantenido durante toda la campaña. Esta variedad ofrece, así como Marylu, un fruto de un color rojo brillante, intenso, homogéneo y baja sensibilidad frente a problemas fisiológicos que afectan a la calidad del tomate como manchado, rajado o ahuecado, además de un magnífico sabor al igual que Marylu.

Ninette, además de resistencia al virus de la cuchara (IR), también

tiene resistencia a los nematodos, enfermedad del suelo que obliga a muchos agricultores a injertar. Con Ninette no será necesario el injerto, lo que redundará en una mayor precocidad a la hora de entrar en producción.

Por tanto, todos estos factores han contribuido a hacer de Ninette y Marylu dos variedades de referencia en los mercados por satisfacer todas las necesidades tanto del vendedor por su conservación y presencia, como del consumidor final por su sabor y textura sabrosa y del agricultor por permitirle obtener una elevada producción de alta calidad, que redundará en un mayor beneficio.

CAMBIOS

Los productores se decantan más por especialidades de cherry que por el tradicional

■ Rafa Villegas

La producción de tomate cherry ha cambiado en los últimos años. Y es que, como ha explicado el secretario provincial de COAG-Almería, Andrés Góngora, “de las variedades más tradicionales, como son las redondeadas, se ha pasado a cultivar más el denominado cherry pera, cherry en rama, entre otros”.

Góngora ha explicado que, no obstante, el cherry no tiene “mucho mercado por lo que no crece la demanda”. También ha asegurado que pese a los intentos de ofertar cherry de color amarillo, por ejemplo, “no ha dado resultado”.

En cuanto al tomate cherry más tradicional, lo cierto es que, como ha asegurado el secretario provincial de COAG-Almería, “la mayoría de la producción se la ha quedado el vecino Reino de Marruecos”.

Para la secretaria general de la organización agraria ASAJA-Almería, Adoración Blanque, sin embargo, “cada campaña hay menos superficie destinada al cultivo del tomate cherry”. A su juicio, el causante principal de este descenso es, sin lugar a dudas, “que para conseguir rentabilizar el cultivo es necesario que el producto alcance un precio considerable que no suele lograr”. Y es que, según ha explicado Blanque, “al tratarse de un producto muy delicado se necesita que el personal que lo trabaje sea más especializado y, como bien es sabido, también es cierto que el cherry necesita más mano de obra y, por lo tanto, su coste de producción es más elevado”. Su presencia se centra, especialmente en el Campo de Níjar y en La Cañada.

Los principales mercados de destino del cherry son Reino Unido, Alemania y, en menor medida, Francia y Países Bajos.

IV Y V GAMA

El tomate se convierte en la base de alimentos listos para su consumo

■ I. F. G.

En fritada o al natural, incluso en confitura. El tomate almeriense se ha convertido en los últimos años en la base para los alimentos listos para su consumo que ya preparan y comercializan varias empresas de la provincia. La aceptación que los productos de IV y V gama está teniendo entre los consumidores está haciendo que las empresas se las ingenien para cubrir esa demanda y, hoy por hoy, la oferta es bastante variada.

De este modo, comercializadoras como Primaflor, La Gergaleña -de Grupo Caparrós- o Alcoex ya tienen en el mercado muchos y variados productos que han servido para poner de manifiesto que el tomate no sólo se consume en fresco. En el caso de la primera de estas empresas, puso en el mercado hace algo más de un año tomate rallado totalmente natural y que comerciali-



■ V gama de tomate. / FHALMERÍA

za en un formato adaptado a la perfección a las necesidades del consumidor. Así, el tomate rallado de Primaflor se presenta en dos tarrinas de 125 gramos pensadas para su fácil almacenaje en el frigorífico.

Alcoex, por su parte, inició hace en torno a año y medio la producción y comercialización

de su sofrito de tomate, un producto pensado, en principio, para distribuirse a través del canal HORECA y que, hasta la fecha, ha tenido muy buena aceptación. Pero si ha habido alguien que ha sabido darle una gran vuelta de tuerca a las posibilidades que ofrece el tomate ha sido La Gergaleña.

La empresa perteneciente al Grupo Caparrós lleva varios años comercializando diversos preparados de tomate, pero que cuentan con un denominador común, su elaboración tradicional. Así, a día de hoy, La Gergaleña tiene en el mercado desde mousse a fritada de tomate, pasando por las confituras.

Todas estas experiencias ponen de manifiesto que la comercialización de tomate en IV o V gama es muy factible; en primer lugar, porque el consumidor ya demanda este tipo de alimentos y, en segundo lugar, porque la calidad del producto se mantiene.

ADAPTADAS AL CLIMA MEDITERRÁNEO

Top Seeds Ibérica lanza sus variedades 'Shir' y 'Ravid' a conquistar el mercado



■ Las nuevas variedades de Top Seeds Ibérica destacan por la calidad que presenta su fruto. / FHALMERIA.

LA MULTINACIONAL, TRAS VARIOS AÑOS DE TRABAJO HA PUESTO EN EL MERCADO, EN ESTOS MOMENTOS, SU NUEVO PORTAINJERTO TOP 2010

■ CIA

Top Seeds Ibérica distribuye en la península ibérica un amplio catálogo de revolucionarias variedades de tomate de la obtentora Israelita -Top Seeds LTD.

Variedades especialmente adecuadas a las condiciones de clima mediterráneo, tanto para invernadero como para cultivo al aire libre, gracias al trabajo realizado durante años en colaboración tanto con agricultores y comercializadoras como con las grandes cadenas de distribución presentan este año dos variedades de tomate que pretenden ser líderes en sus respectivos sectores 'Shir' y 'Ravid'.

ALTA CALIDAD

Ravid es una variedad de tomate pera pensada para los mercados que exigen la más alta calidad. Desde la casa de semillas se recomienda Ravid para realizar ciclos

cortos, con plantaciones tempranas debido a los excelentes cuajes con calor. Eso sumado a su altísima resistencia al virus de la cuchara, convierten a Ravid en una garantía de éxito. En lo que a la calidad del fruto se refiere Ravid es una variedad de tomate pera con calibres M-MM muy parejos en todo su ciclo. Los frutos son de un color rojo muy brillante que no presentan problema alguno de calidad, ni rajados, ni micro-cracking, ni manchados.

ACHOCOLATADO

Shir es una variedad de tomate que se diferencie de cualquier otra variedad por su color achocolatado y su brillo natural. Como respuesta a la creciente demanda de los mercados por productos de alta calidad tanto gustativo como sensorial, Top Seeds Ibérica trae una línea de productos muy especiales entre los que se encuentra 'Shir'. Variedad de tomate achocolatado para recolección en suelto que ofrece una producción excelente y una alta rentabilidad para los productores que lo escojan.

Se trata de una variedad que le adopta a cualquier ciclo de producción e incluso a cultivos al aire

libre. 'Shir' es una variedad de tomate que presenta una planta muy vigorosa, calibre M-G y con referencia de campañas anteriores, de los precios mas altos para el productor.

PORTAINJERTOS

La casa de semillas desarrolla una amplia gama de tipología de tomate para fomentar el consumo de tomate en poblaciones más joven y para dar respuesta a la demanda de los nuevos mercados. Así, la multinacional de semillas presenta en estos momentos, tras varios años de duro trabajo desarrollando variedades de portainjerto de tomate, Top 2010.

Atendiendo a las demandas tanto de los productores como de los semilleros, llega al mercado Top 2010, porta injerto interespecífico con una germinación uniforme superior al 94 por ciento y una altura de los cotiledones superior a la de otras variedades de portainjerto, ambas son características que lo convierten en una garantía de éxito y rentabilidad para todos los semilleros.

Además Top 2010, apuntan desde la empresa, ofrece una altísima resistencia a todas las enfermeda-

el poder de absorción de su sistema radicular le transfiere a la variedad injertada un comportamiento mejorado, ideal para temperatura extrema, calor y frío, ofreciendo plantas muy vigorosas y muy bien compensadas sin exceso de producción de masa vegetativa.

Estas características explican desde la casa de semillas "convierten a TOP 2010 en la solución ideal para injertar cualquier variedad de tomate y bajo cualquier tipo de condiciones, perfectamente adaptada a las necesidades de la agricultura actual".

des de suelo presentes en los climas mediterráneos, resistencia súper alta a Nematodos y Fusarium de las cuatro razas (incluido F3).

Se trata de un portainjerto que se comporta especialmente bien en suelos con elevada salinidad y que



- Aumenta la producción y asegura el calibre.
- Ideal para suelo problemático y agua salada.
- Mejora el comportamiento en épocas de frío y calor extremo.

Tabla resistencias

variedad	resistencia	vigor	precocidad	tipo	carácter
top 2005	TmV,F2,Fr,N,K,(Pto),(St)	muy fuerte	media	interespecif.	poco veget.
top 2010	TmV,F3,Fr,N,K,(Pto),(St)	fuerte	rápida	interespecif.	poco veget.
top 2012	TmV,F2,N,K,(Pto),(St)	fuerte	media	interespecif.	vegetativo
top 2014	TmV,F1,2,3,N,C5,Oi,Lt	medio	media	intraespecif.	poco veget.

RIJK ZWAAN

El sabor y la conservación del tomate de cuello verde se unen en Montenegro RZ

LA CASA DE SEMILLAS OFRECE UNA GARANTÍA DE ÉXITO CON ESTA VARIEDAD PARA ENSALADA QUE DESTACA ADEMÁS POR SU FIRMEZA

■ José Esteban Ruiz

Firme, sabroso y de larga duración en el periodo de postcosecha. Estas son algunas de las cualidades del fruto de la variedad de tomate de cuello verde Montenegro RZ que se incluye en su catálogo de productos. Comienza a ser todo un clásico en los invernaderos provinciales gracias a los resultados que produce. Este tomate es muy demandado en el mercado al ser un producto que se caracteriza por su gran conservación, un aspecto muy valorado en tomates para ensalada, además de por su sabor, una de las cualidades más buscadas en el consumidor. Al margen de estas dos características destaca-



■ Montenegro RZ es una de las variedades de tomate pintón que ofrece Rijk Zwaan. /FHALMERÍA

das del fruto, destaca, igualmente, por su color atractivo, verde oscuro y su calibre GG. La planta que desarrolla la variedad Montenegro RZ es de entrenudo corto y porte equilibrado. En cuanto a las resistencias

que ofrece se encuentran, entre otras, la del virus de la cuchara y a nematodos, según apuntan desde la casa de semillas.

El especialista de cultivo de tomate, Manuel Hernández, explica

que es una variedad de ciclo corto para trasplantes a partir de la segunda quincena de agosto. Para alargar el ciclo productivo manteniendo la calidad "es recomendable injertar sobre King kong RZ".

En rojo suelto y pera ofrece Alferez RZ y Montalvo RZ

Otras variedades de tomate que resaltan en el catálogo de Rijk Zwaan son: Alferez RZ y Montalvo RZ. La primera variedad se encuentra dentro de los tomates rojos para suelto. Este producto se caracteriza por tener una producción precoz, así como "un gran aguante manteniendo la calidad intacta", asegura el especialista de cultivo de tomate de Rijk Zwaan, Manuel Hernández. En cuanto a Montalvo RZ, se trata de una variedad de tomate pera, ideal para aquellos agricultores que optan por un fruto que presente un calibre perfecto para la comercialización, gran firmeza y una planta resistente a los principales virus y enfermedades.

Emperador RZ

**aporta
calibre**



RIJK ZWAAN
seeds & services

Noticias

MERCADO IMPROVISADO

UPA regala hortalizas en protesta contra el sistema de distribución

J. E. R.

La Unión de Pequeños Agricultores regaló productos hortícolas a los ciudadanos de la capital para protestar, de esta forma, por la actual estructura de distribución de los productos alimenticios, con la que no están de acuerdo al considerar que perjudica, en todo momento a la clase productora y a los consumidores finales del alimento. Desde UPA mantienen que “el sistema de distribución de productos está beneficiando únicamente a un pequeño grupo de personas propietarias o gestoras de las grandes empresas de distribución”.

Esta organización entiende que la situación que evidencia el ac-

tual sistema de distribución de productos alimentarios genera “un empobrecimiento de todos los ciudadanos al incrementarse el coste de los productos de primera necesidad en un momento en el que los ingresos de las familias almerienses están disminuyendo, mientras que, por otro lado, Almería corre el riesgo de perder una industria que ha generado un gran desarrollo en nuestra tierra”.

Para UPA, no es lógico que la Administración no intervenga en casos en los que el mercado no funciona por existir una situación de dominio de una de las partes, como en el caso de la imposición de un precio abusivo tanto para el productor como para el consumidor, sin que el mismo responda ni

a sus costes, ni al libre juego de la oferta y la demanda.

Entre los argumentos que exponen desde este colectivo hacen alusión a la disminución constata de la renta agraria que sufren los productores como consecuencia de los altos costes de producción y el precio que reciben por sus productos. “Cada vez son periodos más largos en los que los agricultores se ven obligados a vender a pérdidas, mientras que son más reducidos los momentos en los que los precios de venta pueden salvar el resultado final de la campaña”, señalan desde la organización agraria. Por ello, durante varias horas organizaron un ‘mercado’ en la Rambla de Almería, en el que regalaron los productos.

MARKETING

‘Dulce Vega’ distingue la calidad del melón y la sandía de Vegacañada

J. E. R.

Ocho campañas hace ya que Vegacañada, empresa perteneciente al Grupo Agroponiente, puso a los melones y sandías que comercializa, su sello de identidad, ‘Dulce Vega’, “un símbolo de calidad que ha logrado una importante implantación tanto en el mercado nacional como internacional, con destinos tan diversos como Portugal, Italia, Rusia, Polonia, Alemania, Francia, Reino Unido o Suecia”, explican desde la comercializadora almeriense. El melón que se comercializa con esta distinción es

negro, aunque también se complementa con escriturado, rayado amarillo sobre la piel verde oscura.

En sandía, se distribuyen tanto variedades negras como blancas, con y sin semillas. Francisco López, director general de Vegacañada afirma que “en una empresa netamente orientada a la producción y comercialización de tomate como es Vegacañada, la llegada de la campaña de melón y sandía tiene la importancia de consolidar a Almería como una zona productora de estas frutas, lo cual nos otorga fortaleza.



La mejor selección para el mercado europeo

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

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

Logos: International food standard, IFS, ISO 9001, HACCP, BRC.

MERCADO ALEMÁN

Comerciales de Edeka conocen cómo se trabaja en el sector hortofrutícola

UNA DELEGACIÓN DE LA CADENA ALEMANA VISITÓ LAS INSTALACIONES DE AGROIRIS Y CANALEX, ASÍ COMO LAS DE LA FUNDACIÓN UAL-ANECOOP

■ José Esteban Ruiz

Una delegación de la cadena de distribución alemana Edeka ha visitado la provincia de Almería para que sus empleados, todos ellos directores de marketing de las distintas secciones que Edeka tiene en todo el territorio alemán, conozcan en persona cómo se producen las frutas y hortalizas que posteriormente comercializan en su cadena. La delegación alemana estuvo acompañada por el director de marketing y calidad alimentaria de Edeka, Francisco Contreras y el director de la central de compras en España, Rodolfo Sánchez. Según Contreras, "al conocer en persona todo el trabajo que se realiza para obtener estos productos de primera calidad, facilita su función posterior que no es otra que asesorar a nuestros clientes en Alemania". A Contreras le ha sorprendido gratamente algunas de las novedades con las que se ha encontrado en su visita a Almería. Concretamente, la representación de la cadena alemana ha podido



■ Los responsables de Edeka en la visita a Agroiris. / FHALMERÍA

profundizar en el trabajo que se está llevando a cabo en dos "importantes empresas", como son Agroiris y Canalex, además de informarse, in situ, de los trabajos que se realizan en la finca experimental UAL-Anecoop. Al respecto, Contreras explicó que "al igual que con Agroiris y Canales, con Anecoop tenemos una relación que se prolonga muchos años". Sobre la estrategia empresarial de la que quiere hacer partícipes, precisamente, a proveedores como los que han visitado, Contreras reconoce

que "estoy tratando, con nuestros clientes de Almería, de introducir una producción totalmente nueva, salirse de la línea actual, porque es el futuro".

El director general de marketing de Edeka en Alemania sostiene que las importaciones de terceros países no deben afectar tanto al desarrollo de la agricultura de Almería, "con la ventaja que lleva sobre sus competidores directos". Para Francisco Contreras, "el que lamenta es el perdedor" y no ve a los productores de frutas y hortalizas

y al sector en general de la provincia como unos perdedores, sino todo lo contrario, "han demostrado siempre estar a la altura y ofertar productos de calidad". Contreras asume que "estamos en un mundo globalizado, desde Europa se exporta a otros países y es normal que estos países envíen producto a la Unión Europea". No obstante, añade "competir con estos países es fácil ya que no cuentan con las infraestructuras para producir productos modernos, se limitan a cultivar frutas y hortalizas tradicionales. Si Almería cuenta con la estructura debe apostar por otros productos que, en estos momentos, le sean más rentables. El futuro pasa por abrir los ojos y mirar más allá, diversificar y no ceñirse al cultivo tradicional".

Sobre la innovación productiva en la zona de Almería, el responsable de Edeka, destaca que le ha gustado mucho saber que en dos invernaderos pertenecientes a la finca experimental UAL-Anecoop se están cultivando productos innovadores para el campo almeriense. "Es importante que la zona de Almería diversifique su producción y opten por el cultivo de frutas y hortalizas diferentes a los que tradicionalmente produce".

Manteniendo esta apuesta por la modernización en la oferta, Con-

treras aporta que según un estudio la zona productiva europea ha descendido en los últimos años un 25%. "Si continuamos en esta tendencia pronto tendremos un gran problema. Nosotros como cadena de distribución alemana tenemos que servir a nuestros detallistas para alimentar diariamente a 20 millones de habitantes que son los que compran en Edeka, el 30% del mercado alemán". Este descenso se debe, según Francisco Contreras, a "malas inversiones". Al respecto, el responsable de Edeka opina que "si un producto se cultiva en la zona adecuada se puede ganar dinero pero si no hay un control, una planificación previa, se puede llegar a un exceso de oferta que, indudablemente, determina un descenso del precio del producto y, por tanto, una caída de la rentabilidad en el cultivo. Hoy en día, si se es inteligente, se puede producir y ganar dinero".

Sobre la impresión que se llevan los directores de sección de Edeka del campo almeriense, asegura Contreras que "es buena". Así explica que "lo primero que llama la atención es el contraste entre el plástico y la playa, eso impone. Una vez que ven cómo se está desarrollando el trabajo que produce las frutas y hortalizas, el esfuerzo, la manera en qué lo hacen, la calidad que obtienen, mejora la percepción del negocio que se genera en la zona". Con esta iniciativa, en Edeka, afirma Contreras, "logramos algo importante porque a la hora de asesorar a nuestros clientes es fundamental que nuestros empleados conozcan in situ lo que ofrecen".

CONCENTRACIÓN

COAG denuncia la traición de los supermercados a los agricultores almerienses

■ CIA

La Organización Agraria de COAG Almería ha puesto en marcha una campaña de concienciación dirigida a los consumidores para que compren frutas y hortalizas de la tierra por lo que supone para el tejido social de la provincia: creación de empleo o la mejora del tejido económico entre otros muchos aspectos.

En este sentido, COAG ha recibido numerosas quejas de agricultores al comprobar cómo los supermercados están vendiendo en plena campaña productos de terceros países en detrimento de com-

prar los que se cultivan a escasos kilómetros. Por ello, la organización agraria, con documentación etiquetados en la mano, ha mostrado cómo actualmente los consumidores están comprando melón de Senegal y no el que se está produciendo en la provincia.

Para COAG-Almería "es inadmisible que las administraciones públicas continúen dejando en manos de los supermercados la identificación de las frutas y hortalizas, ya que para el consumidor es muy difícil conocer la procedencia del producto al no estar, en la mayoría de los casos, correctamente etiquetado".

SUPERFICIES

Almería cultiva más de 20.000 hectáreas con control biológico

■ J. E. R.

Los agricultores continúan confiando en uso de prácticas más respetuosas con el medio ambiente para cultivar frutas y hortalizas en sus invernaderos. La estabilización al alza evidenciada en las últimas campañas sobre la implantación de la lucha integrada y el control biológico se confirma, un año más, al superarse la barrera de las 20.000 hectáreas cultivadas con el uso de insectos auxiliares para acabar con las plagas que merodean por las explotaciones invernadas. Según los datos facilitados por la Delegación Provincial de la Consejería de Agricultura y Pesca de la

Junta de Andalucía, en la presente campaña, la superficie en la que se hace uso del método se ha situado, en la provincia, en 20.081 hectáreas, un aumento del 3% en relación a la pasada campaña. Para Juan Deus, delegado provincial, "la producción integrada es la forma más sensata y racional de producir, fundamentada en el empleo óptimo de los insumos, que siempre que sea posible se puedan sustituir por prácticas y tecnologías sostenibles como la lucha biológica o el abonado orgánico, por citar algunos, siendo mucho más respetuosas con el medio ambiente".

El gran salto cuantitativo en hectáreas tuvo lugar en la campaña

2007-2008 pasando de apenas 600 hectáreas a 10.448 has. Al año siguiente, se implantaba el control biológico en Almería en más de 18.800 hectáreas de cultivo. En estas campañas se conseguía total cobertura en productos como pimiento y grandes avances en pepino, berenjena, calabacín, melón, sandía o tomate.

En la presente campaña, en términos relativos, explica el delegado provincial de Agricultura, Juan Deus, "el incremento más importante se ha registrado en berenjena, un 45,6% más que en la campaña anterior, con 964 hectáreas frente a las 662 de la campaña 2009-2010".

A partir
de
septiembre

Para ir a subasta



presenta tus judías y pimientos en su nuevo envase

Para seguir siendo competitivos, a partir del 1 de septiembre de 2010 de forma voluntaria, y obligatoriamente desde el 16 de septiembre del mismo año, las judías y pimientos lamuyo e italiano en cualquier color van a subasta en un nuevo envase no retornable. Infórmate en tu alhóndiga o centro de subasta.

Es un mensaje de



INTEGRACIÓN EMPRESARIAL

El Grupo se une al proyecto de concentración de la oferta de Unica Group

■ J. E. R.

El proyecto iniciado por la cooperativa de segundo grado Unica Group continúa avanzando firme hacia la consecución de su principal objetivo, ganar dimensión y fortalecer su posición de cara a suministrar frutas y hortalizas a sus clientes, mejorando, de esta forma, el servicio que ofrece, principalmente, al mercado europeo. Esta andadura que comenzó con cinco empresas hortofrutícolas como son Agrieco, Cabasc, Casur, Cohorsan y Ferva, cuenta ahora con un nuevo compañero de viaje, la cooperativa granadina El Grupo. En Unica Group mantienen su puerta abierta de cara a futuras incorporaciones de comercializadoras similares. Suma y sigue, por tanto en este viaje que iniciara hace ahora dos años este grupo de empresas que, en aquel momento, se alzó como estandarte de la concentración de la oferta de la provincia de Almería. Con la aportación que hace El Grupo, Unica superará los

160 millones de kilos de productos. En total, apuntan desde la cooperativa de segundo grado, “contamos con 1.450 hectáreas de cultivo y unos 1.200 agricultores asociados”. En su cartera de productos se observa una gran variedad de especialidades de tomate, además de pimiento, pepino, calabacín, berenjena, judía verde, melón y sandía. A destacar “el importante volumen en pepino que se alcanzará con la incorporación del Grupo”, apuntan en Unica.

Unica Group ha alcanzado “importantes acuerdos comerciales, y con gran valor estratégico para la agricultura almeriense como el acuerdo alcanzado con la cooperativa holandesa ZON y el firmado hace unos meses con la Multinacional Norte Americana General Mills para la comercialización de productos bajo la marca Gigante Verde Fresh”, señalan. Este paso demuestra que el proyecto de Unica está en fase de madurez al conseguir crecer tras dos años de funcionamiento.

INVERNADEROS

Tecnoponiente presenta su nueva estructura piramidal

LA EMPRESA EJIDENSE CONSTRUIRÁ EN EL PONIENTE ESTE TIPO DE INVERNADEROS QUE GARANTIZAN UNA MAYOR PRODUCTIVIDAD

■ José Esteban Ruiz

Tecnoponiente Invernaderos, empresa ejidense dedicada a la fabricación y construcción de invernaderos multitúnel, con proyectos ‘llave en mano’ que incluyen estructuras, cerramientos, controladores de clima, pantallas, calefacción, sistemas de riego y nebulización, así como la fabricación de invernaderos tipo parral o malla sombra, entre otros servicios, se encuentra en constante evolución, innovando en el sector que dominan. Su último proyecto, presentado en la última edición de Expo Agro, es una nueva estructura de invernadero denominada ‘Piramidal’. Se trata de un producto que genera más ventajas en el cultivo de frutas y hortalizas que las estructuras tradicionales. Así, se obtiene una mayor producción gracias a las condiciones en las que se desarrollan las plantaciones. Éste es alguno de los avances que genera dicho invernadero. Según comenta Manuel Jesús, director comercial de



■ Stand de Tecnoponiente en Expo Agro 2011. / FHALMERIA

Tecnoponiente, “este prototipo permitirá dotar al invernadero de un diseño innovador, incrementar la radiación solar, aumentar la superficie de ventilación, así como evitar la caída de la condensación, para lo que está especialmente concebido”.

Manuel Jesús, asegura que el invernadero tipo piramidal será el primero que se instalará en la comarca del Poniente de Almería, lo que

“facilitará la muestra de los avances que se consiguen con la nueva estructura a nuestros clientes”. En los primeros ensayos que se realizaron con tomate, mantienen desde Tecnoponiente, se comprobó que esta estructura ofrece mayor seguridad y garantía frente a otros tipos de invernaderos. Piramidal, sin duda, “es una alternativa para el desarrollo productivo de Almería”.

CONFLICTO EMPRESARIAL

Los trabajadores de TPM vuelven a manifestarse en busca de soluciones

■ CIA

Por segunda vez, los trabajadores de los centros de producción de la empresa Inversiones Plásticas TPM S.A., de los centros Plastimer y Macresur, en El Ejido, han llevado a cabo una concentración ante las puertas del centro de trabajo Plastimer, para reclamar soluciones, ya que desde el pasado mes de abril la producción está paralizada.

Como ha explicado el secretario general de FIA UGT Almería, Antonio Rodríguez Galdeano, “nuevamente los trabajadores se concentran ante las puertas de Plastimer reclamando una solución y en defensa del mantenimiento de sus puestos de trabajo y de la viabilidad de la empresa”.

A este respecto, Rodríguez Galdeano ha manifestado que “la solución sigue pasando por una ampliación de capital que resolviera los problemas de liquidez, ya a nivel productivo la empresa si tiene capacidad para dar respuesta a la demanda existente”, añadiendo que “creemos que la ampliación de capital por parte de los propios accionistas, que la Junta siga colaborando con la ayuda que tiene prevista y que Cajamar aporte los cuatro o cinco millones necesarios para poner en marcha nuevamente la producción, es la solución más correcta”. En cuanto a la posibilidad de que la plantilla se constituyese como cooperativa, ha señalado que “los trabajadores siguen sin verlo como viable”.

CONDICIONES LABORALES

El sector del manipulado solicita la firma de un nuevo convenio colectivo

■ CIA

Cerca de mil personas del sector del manipulado se manifestaba por las calles de la capital, convocadas por CCOO y UGT, para denunciar la situación en la que actualmente se encuentra el convenio colectivo del sector del manipulado en la provincia de Almería. Desde que venciese dicho convenio, UGT y CCOO se han reunido en numerosas ocasiones con la patronal para negociar un nuevo convenio que dé respuesta a las necesidades reales de los trabajadores y trabajadoras sin llegar a ningún acuerdo. Hay que recordar que este convenio afecta en la provincia más de 20.000 trabajadores y trabajadoras. Como ha detallado el secretario general de la Federación Agroali-



■ Manifestación del sector del manipulado en Almería. / FHALMERIA

mentaria (FTA) de UGT Almería, Juan Sola Martínez, “una vez más, y después de las negociaciones que tuvimos hace tres años, nos vemos de nuevo en el mismo sitio y prác-

ticamente con los mismos problemas que ya tuvimos entonces. Llevamos negociando el convenio desde el mes de febrero y la patronal no valora nuestras propuestas”.

i + D

ARS

Un sistema de barrido óptico para inspeccionar las frutas

EL APARATO UTILIZARÁ DOS TIPOS DIFERENTES DE LUZ PARA ESTUDIAR LOS PRODUCTOS AÚN ESTANDO DENTRO DE LA PLANTA EMPACADORA

■ E. S. G.

Un grupo de científicos del Servicio de Investigación Agrícola de Estados Unidos ha desarrollado y patentado un sistema experimental de barrido óptico que utilizará dos tipos diferentes de luz, una cámara sofisticada y otro equipo para inspeccionar las frutas y hortalizas mientras estos productos todavía están en la planta empacadora. Según los expertos, el sistema proveerá, en una sola imagen, pruebas de presencia de ciertos tipos de defectos y contaminación. Estos defectos podrían incluir cortes y magulladuras y la contaminación incluiría motas de fertilizante del suelo del invernadero o del campo.

Asimismo, el sistema utiliza un tipo de cámara conocida como es-



■ El estudio se ha llevado a cabo con manzanas. / FHALMERIA

cáner lineal multiespectral/hiperespectral de alta velocidad. Esta cámara se coloca encima de la correa transportadora, donde el aparato puede capturar imágenes de cada cosa, tal como una manzana. Cada una se expone simultáneamente a la luz ultravioleta de una lámpara UV y la luz infrarroja cercana de una lámpara halógena. La luz infrarroja cercana reflejada de la manzana es captada por un aparato conocido como una espectrografía y puede ser analizada para revelar pa-

trones de defectos, mientras la luz UV en la manzana puede revelar la presencia de contaminación.

El sistema combina información de ambos tipos de iluminación en una sola imagen con resultados sobre defectos y contaminación. Actualmente, el sistema ofrece una vista de 180 grados del exterior de cada manzana en una tasa de 3 ó 4 manzanas por segundo. Aún así, los científicos están trabajando en mejorar el proceso para proveer una vista de 360 grados del exterior total.

JORNADAS



■ Desarrollo de un curso de IFAPA años anteriores. / FHALMERIA

IFAPA organiza en Almería 20 cursos de formación sobre agricultura y ganadería

■ E. S. G.

IFAPA ha organizado alrededor de una veintena de cursos de formación en Almería con el fin de potenciar el programa formativo de incorporación a la empresa agraria, que establece la formación necesaria para la adquisición de la capacitación profesional suficiente para poder tener acceso a las ayudas para la incorporación de jóvenes a la empresa agraria. Asimismo, los cursos permiten obtener la calificación de la ex-

plotación como prioritaria, propiciando la mejora y modernización de estructuras de producción de las explotaciones agrarias.

Además, entre los temas a destacar de los cursos están la formación; la formación sanitaria; la pesca; la aplicación de plaguicidas; empresa agraria; comercialización y asociacionismo; agricultura intensiva; riego; técnicos en producción integrada, etc. Igualmente, IFAPA celebró el pasado día 24 de mayo una jornada técnica sobre hortalizas snack.

GRUPO AGROTECNOLOGÍA

Fort Soil, nuevo producto que estimula el crecimiento de la planta

■ E. Sánchez

Grupo Agrotecnología ha presentado un nuevo producto, Fort Soil, que actúa como promotor y estimulador del crecimiento de la planta, compuesto por un extracto de fermentación en base a hongos promotores y estimuladores del crecimiento radicular y bacterias secretoras de fitohormonas y enriquecido con calcio. En este sentido, Fort Soil está certificado según los parámetros europeos para ser utilizado como insumo en agricultura ecológica e integrada.

El extracto de fermentación de Fort Soil proporciona una estimulación del desarrollo de la planta por tres vías: la acción del extracto de fermentación protege y estimula las



■ Plantas de tomate. / FHALMERIA

raíces de la planta, aumentando la masa radicular y generando mejores rendimientos; el extracto de fermentación mejora la transformación

de la materia orgánica en humus y mejora la asimilación de nutrientes; el extracto de fermentación contiene sustancias que inhiben el crecimiento de los hongos fitopatógenos del suelo, promoviendo indirectamente el desarrollo y nutrición de las plantas.

Por otra parte, el calcio que aporta Fort Soil favorece la absorción y el traslado del calcio hacia los órganos en crecimiento. Debido a su fácil asimilación corrige eficazmente deficiencias de calcio y sus fisiopatías como necrosis apical, tip burn, bifurcación de la raíz, etc. Participa en los procesos metabólicos de absorción de los nutrientes, ayuda a proteger la planta contra el estrés, mejora la calidad de la fruta y la cosecha es más uniforme.

SAVIA BIOTECH

Una veintena de empresas agrícolas asiste a unas jornadas de puertas abiertas

■ E. S. G.

Alrededor de una veintena de comercializadoras agrícolas almerienses ha participado en las jornadas de puertas abiertas que realizó Savia Biotech a principios del mes de mayo. Los asistentes pudieron conocer de primera mano las instalaciones, los servicios y las investigaciones que desarrolla la compañía. En primer lugar, la comitiva reali-

zó una visita guiada por las instalaciones de Savia. Así, pudieron conocer la Sala PCR, donde se hacen los análisis de genes de resistencia e identificación de 'fuera de tipo', y el Laboratorio de Patología Vegetal. También accedieron al Laboratorio Preparativo y vieron el funcionamiento de las cámaras de conservación, donde los frigoríficos alcanzan temperaturas de -80 grados.

Empresas

100% ALMERIENSE

Agrobío, la investigación y la innovación al servicio del sector agrícola almeriense



■ La empresa, en colaboración con la Universidad de Almería, halló el primer insecto capaz de combatir la Tuta absoluta o polilla del tomate.

La empresa trabaja en colaboración con IFAPA

■ I. F. G.

La importancia que desde Agrobío dan a la investigación continua es tal que la empresa colabora en trabajos de investigación no sólo con la Universidad de Almería (UAL), sino también con el Instituto de Formación Agraria y Pesquera de Andalucía (IFAPA), con sede en La Mojonera.

Entre los proyectos en los que empresa e institución investigadora han colaborado se encuentra, por ejemplo, un Cenit-Mediodía que incluye, entre otros subproyectos, uno sobre 'Selección de plantas refugio para conservación y aumento de enemigos naturales en cultivos hortícolas'. La empresa trabaja también de forma conjunta con la Administración en el perfeccionamiento del control de Tuta.

LA EMPRESA VUELCA TODOS SUS ESFUERZOS EN MEJORAR LA LUCHA INTEGRADA EN TOMATE, GRACIAS A UN SISTEMA DE SUELTAS DE 'NESI' EN LOS SEMILLEROS

■ Isabel Fernández

Agrobío, empresa 100% almeriense, es hoy por hoy la primera compañía española en producción y comercialización de insectos auxiliares. Con casi dos décadas de experiencia a sus espaldas, la empresa se ha convertido, además, en todo un referente en innovación e investigación en este sector, abar-

cando no sólo los productos hortícolas, sino otros cultivos como la almendra, e incluso desarrollando una amplia gama de productos para la agricultura y la apicultura.

Si algo caracteriza a Agrobío es la búsqueda de soluciones para todos y cada uno de los problemas del campo. Esta máxima, en los últimos años, ha llevado a la empresa a profundizar en la mejora de las técnicas de lucha integrada en los cultivos de tomate. Y es que, si bien es cierto que este método productivo ya ha logrado aplicarse al 100% del pimiento provincial, también lo es que, en el caso del tomate, apenas se ha

LÍDERES EN EL MERCADO

La polinización natural con abejorros 'aterizó' en el campo de la mano de esta empresa

■ I. F. G.

Agrobío fue la primera empresa a nivel nacional en producir y comercializar colmenas de abejorros para polinización hace ya unos quince años. Hasta entonces, eran muy pocos los agricultores que habían encontrado en este insecto su mejor aliado para

la polinización. Sin embargo, con la entrada de Agrobío en escena, la situación cambió de forma radical.

Esta empresa supo encontrar el nicho de mercado existente y explotarlo. De este modo, sus investigadores se pusieron manos a la obra para diseñar una colmena que permitiera la comerciali-

zación de colonias de abejorros con destino final los invernaderos almerienses, aunque el tiempo demostraría que el proyecto tenía ambiciones mucho mayores.

Y es que si bien es cierto que la polinización con abejorros caló en la provincia, también lo es que se convirtió en una fórmula muy eficaz para la exportación. Países como Ma-

100% ALMERIENSE



■ El ex presidente de la Junta de Andalucía, Manuel Chaves, visitó la empresa.

logrado introducir en una cuarta parte de la superficie cultivada. Las características intrínsecas de la planta, como es la pilosidad de sus hojas, y las particulares del *Nesidiocoris tenuis*, el depredador natural más empleado para combatir sus plagas, han dificultado el desarrollo de la lucha integrada en tomate, pero también han animado a los investigadores de Agrobío para seguir innovando.

En este sentido, y muy recientemente, la empresa ha logrado mejorar la instalación del *Nesidiocoris tenuis* en tomate gracias a su suelta temprana en semilleros. Para ello, la empresa ha contado con la colaboración de Semilleros Almeriplant. Entre ambos han diseñado un protocolo de actuación que permite una adecuada instalación del depredador natural y, por tanto, una gran eficacia en el control de sus plagas más frecuentes, como pueden ser el trip o la mosca blanca. El proceso es muy sencillo.

La cría de *Nesidiocoris tenuis* tiene lugar en Agrobío, donde gra-

Pioneros en el control de Tuta absoluta

Los problemas ocasionados por la Tuta absoluta en otras áreas de cultivo y las previsiones sobre su llegada a Almería hicieron que, nada más conocerse estos hechos, desde Agrobío, en colaboración con la Universidad de Al-

mería, se pusieran manos a la obra en la búsqueda de un depredador natural que viniera a plantarle cara a una plaga que ya causaba estragos en Murcia y que había hecho lo propio en Marruecos. El intenso trabajo tuvo sus resultados y Agrobío presentó hace ya más de dos campañas su *Trichogramma achaeae*, un insecto que parasita los huevos de Tuta absoluta e impide el desarrollo de generaciones futuras.

cias a la más avanzada tecnología se consiguen insectos de alta calidad. Almeriplant, por su parte, se encarga de la producción de las plántulas en unas instalaciones dedicadas específicamente para la suelta en semillero en todas sus sedes, es decir, en Vícar, Níjar, La Cañada y Palomares. Es justo en el tercer paso cuando comienza el trabajo conjunto.

Técnicos de Agrobío realizan las sueltas en el semillero y someten las plantas a un seguimiento ex-

haustivo para conseguir, de este modo, la máxima eficacia en control biológico, un reparto homogéneo de los auxiliares y, lo que es aún más importante, la instalación de los *Nesidiocoris tenuis* en cada planta desde el primer día. Del semillero, al invernadero.

Gracias al más minucioso seguimiento en campo y a la colaboración de los técnicos de Agrobío con los agricultores, estos consiguen el máximo rendimiento de este depredador natural no sólo en



■ José Antonio Santorromán, gerente de Agrobío.



■ Soluciones, incluso, para cultivos como el almendro.

rruecos, Egipto o Túnez o las mismas Islas Canarias se interesaron por estas colmenas almerienses que facilitaban la polinización de los cultivos de tomate y, además, permitían desechar determinados productos químicos que se empleaban hasta el momento.

La entrada en el mercado de estas 'colonias comerciales' de Agrobío supuso en 'boom' y, de hecho, a día de hoy, la empresa se ha consolidado como la compañía líder en producción de abejorros a nivel nacional, incrementando su cuota de mercado gracias a la exportación.



■ Las colmenas de Agrobío llegaron al mercado en 1996.

los cultivos de tomate, sino también de berenjena. El resultado no es otro que unos productos más sanos y más limpios, de una gran calidad y que tendrán como meta los distintos mercados de destino de la agricultura provincial.

NESIDIOCONTROL-P

Por otro lado, y para seguir profundizando en el control de plagas gracias al uso de *Nesidiocoris tenuis*, incluyó recientemente en su ya de por sí amplia gama de productos su NESIDIOcontrol-P, la primera solución de una gama de plantas refugio con las que la empresa pretende profundizar aún

más en la lucha integrada. El sistema consiste en la introducción de especies vegetales autóctonas en cultivos de tomate para prevenir la entrada en fincas de plagas como el trip o la mosca. Entre esas plantas refugio destaca la *Dittrichia viscosa*.

Gracias a ésta y otras muchas innovaciones en el sector de la fauna auxiliar, Agrobío demuestra una vez más su compromiso con el sector agrícola almeriense. La empresa nació justo en el corazón del 'mar de plásticos' y, precisamente gracias a su trabajo sobre el terreno, ha logrado consolidarse con el paso de los años como una firma de confianza para el agricultor.

IV y V gama

SECTOR EN CRECIMIENTO

La exportación de conservas vegetales de Almería crece un 6% en enero y febrero



■ Estados Unidos y Australia, principales mercados. / FHALMERÍA

■ I. F. G.

La exportación almeriense de conservas vegetales creció un 5'7% en valor en los dos primeros meses del año, con respecto al mismo período de 2010. De este modo, el sector facturó 325.000 euros por la venta de 170 toneladas de producto en 28 operaciones comerciales. Así lo indicaron desde la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca tras el análisis de los últimos datos del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX). Unos datos que ponen de manifiesto, además, que Estados Unidos, con un 67% de las exportaciones, es el principal mercado de destino de las conservas provinciales.

De hecho, el país norteamericano adquirió producto entre los meses de enero y febrero valorado en 200.000 euros. Tras Estados Unidos se situó, por valor de ventas, Australia, que absorbió el 10% de las exportaciones. El podio lo completó México, con más del 8%. Otros clientes de las conservas vegetales de Almería son, según indicaron desde la Delegación Provincial del ramo, Chile, Polonia o Suecia.

Por otro lado, y en lo que respecta a las importaciones, éstas también crecieron en los dos primeros meses de 2011. De este modo, las compras al exterior alcanzaron un valor superior a los 500.000 euros, un 23% más que los meses de enero y febrero de 2010. Esta cifra supone, asimismo, casi el doble de las exportaciones.

taciones de conservas realizadas por la provincia.

EN 2010

Almería cerró 2010 con muy buenas expectativas en este sector. Y no es para menos. Durante el año pasado se realizaron 376 operaciones comerciales que concluyeron con la exportación de más de 6.600 toneladas de frutas y hortalizas elaboradas. El valor de estas ventas, según destacaron desde la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca, superó los 8'1 millones de euros, un 27'6% más que en el mismo período del ejercicio anterior.

Pese a que las cifras de la industria conservera almeriense siguen siendo modestas (apenas un 0'5% del valor total de las ventas al exterior de productos hortofrutícolas), lo cierto es que este sector está experimentando un crecimiento sostenido en los últimos años. De este modo, de los casi 4 millones de euros que se exportaron en 2006, en sólo cuatro años, la provincia ha duplicado este valor, situándose el sector en el duodécimo puesto del ranking provincial por valor de las exportaciones.

La mayor parte de las conservas que se exportaron desde Almería, por valor, fueron las hortalizas, con algo más de 4 millones de euros por 2.600 toneladas. Por volumen, sin embargo, las ventas más destacadas fueron las de frutas, que sumaron más de 3.200 toneladas, valoradas en casi 2'5 millones de euros.

ÁREA DE POSTCOSECHA

APTE-TECNOVA utiliza luz ultravioleta para desinfectar los productos hortícolas

EL TIPO DE RADIACIÓN EMPLEADO POR EL CT ALMERIENSE YA SE USA, POR EJEMPLO, PARA LA ESTERILIZACIÓN DE ENVASES DE PLÁSTICO

■ Isabel Fernández

El Área de Tecnología Postcosecha y Envasado del Centro Tecnológico de la Industria Auxiliar de la Agricultura (APTE-TECNOVA) ha desarrollado un equipo para la realización de tratamientos de desinfección en productos hortofrutícolas, tanto frescos como mínimamente procesados, que aplica la luz ultravioleta como método desinfectante, evitando, de este modo, el uso de agua. En concreto, el prototipo diseñado por los investigadores del CT almeriense con la ayuda de la empresa Ingro Maquinaria S. L. emplea la luz ultravioleta (UV) tipo 'C', que es un tipo de radiación relativamente energética con propiedades germicidas, entre otras.

Entre las ventajas de este método de desinfección, desde el CT TECNOVA destacaron el aumento de la rentabilidad a la hora de



■ Prototipo diseñado por TECNOVA e Ingro Maquinaria. / FHALMERÍA

la comercialización, ya que posibilita la reducción de podredumbres y, por tanto, disminuye las pérdidas en la postcosecha. Asimismo, entre otros muchos beneficios, apuntaron el aumento de la vida útil de los productos vegetales, tanto de IV gama como con cualquier otro tipo de envasado; su respeto al medio ambiente, ya que no utiliza reactivos y no genera residuos; y, por último, que, al ser una desinfección no térmica, evita la destrucción de la capacidad nutritiva de los alimentos.

Desde el CT almeriense pretenden impulsar el uso de esta técnica de desinfección en el sector hortofrutícola, en el que, hasta el momento, no existe nada parecido. De hecho, la aplicación de la radiación UV-C se reduce, en la actualidad, a ámbitos como el de la desinfección de aguas o la esterilización de envases de plástico. Con el desarrollo de este método, APTE-TECNOVA persigue su implantación en las líneas de manipulado de las agroindustrias de la provincia.

'SABORES DEL SUR'

La V gama almeriense se promociona en Andorra

■ I. F. G.

La empresa almeriense Solfrío participó del 2 al 22 de mayo pasados en la 'Promoción Sabores del Sur', en Andorra, de la mano de la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (EXTENDA) y Landaluz, Asociación Empresarial de la Calidad Certificada. El objetivo de esta acción promocional, en la que también tomó parte la almeriense Unica Group junto con 41 empresas más del resto de provincias de la Comu-



■ Inauguración. / FHALMERÍA

nidad Autónoma, era aumentar el volumen de ventas en la cadena Mercacenter, incrementado asimismo las oportunidades de negocio de las compañías an-

daluzas participantes en la campaña.

Según indicaron desde EXTENDA, Mercacenter es una cadena que centra su actividad, principalmente, en el mercado vecino, donde ya cuenta con once supermercados, un hipermercado y dos tiendas. Mercacenter está presente, del mismo modo, en los dos mercados de la frontera, es decir, en el Mercado del Pas de la Casa y en el Frontera Española.

Por último, desde la Agencia andaluza destacaron que este grupo cuenta con una posición de liderazgo comercial en el Principado de Andorra, siendo además la única empresa de carácter minorista que continúa creciendo tanto en volumen de ventas como en cuota de mercado.

Industria agraria

'AUTOPISTAS DEL MAR'

Empresas hortícolas realizan su primer envío en barco al Norte de Europa

LAS COMERCIALIZADORAS PODRÁN AHORRAR HASTA UN 40% EN GASTOS DE TRANSPORTE GRACIAS A LA PUESTA EN MARCHA DE ESTA LÍNEA MARÍTIMA

■ Isabel Fernández

Una veintena de empresas hortícolas de la provincia realizó el pasado 17 de mayo su primer envío de hortalizas al Norte de Europa en barco, dando así el 'pistoletazo' de salida a una línea marítima que tendrá una frecuencia semanal. La Autoridad Portuaria de Almería, la Cámara de Comercio, COEXPHAL y la naviera alemana OPDR son los responsables de este proyecto que permitirá, entre otras cosas, ahorrar hasta un 40% en gastos de transporte por carretera.

Para la puesta en marcha de este proyecto ha sido necesaria una inversión de 300.000 euros para el acondicionamiento de 20.000 metros cuadrados de superficie para el almacenamiento de contenedores, así como para la instalación de cuadros eléctricos de suministro. De este modo, el puerto almeriense quedará conectado con Felixstowe, en el Reino Unido, en cuatro días; con Rotterdam, en Holanda, en cinco; y con Hamburgo, en Alemania, en seis días. Desde ahí, y por carretera, las hortalizas almerienses podrán alcanzar los principales mercados europeos, pero no sólo eso. Y es que, gracias a otras conexiones marítimas, los productos de la provincia, bien sean hortalizas en fresco, zumos o congelados, podrán llegar a mercados tan lejanos como Rusia, los Países Bálticos o los estados escandinavos.

Asimismo, según indicaron durante la presentación de esta línea, la idea es crear un territorio de influencia en torno al puerto almeriense que abarque las provincias de Granada, Jaén y Ciudad Real.

COMPETITIVOS

El presidente de la Cámara de Comercio de Almería, Diego Martínez Cano, destacó durante la presentación que la puesta en marcha de esta línea supone "una ventaja competitiva", ya que implica "aprovechar al máximo las denominadas autopistas del mar". De momento, cada envío contará con 25 contenedores, aunque, una vez comprobada la rentabilidad de la línea -en período de pruebas en la actualidad- podrá incrementarse.

Por último, las empresas mostraron su preocupación por la conser-



■ Contenedores en el Puerto de Almería. / FHALMERÍA

vación de los productos, algo que, según la naviera, está garantizado, ya que cuentan con la última tec-

nología en contenedores refrigerados, lo que permitirá mantener la cadena de frío de origen a destino.



**SERVICIO, CONTINUIDAD,
RELACIÓN CALIDAD-PRECIO**

pimiento



pepino



calabacín



melón



sandía



berenjena



tomate



ANECOOP

Ganadería

REBAJA FISCAL

UPA valora positivamente la reducción de módulos del IRPF al sector ganadero

R. V. A.

La Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos (UPA) ha valorado muy positivamente la decisión del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) de reducir los módulos del IRPF a la ganadería. Sin embargo, ha quedado demostrado que esa rebaja fiscal, que se aprobó a finales del pasado mes de abril, aunque ayuda sigue siendo, como reconocen desde la organización agraria, "sólo un parche a la sangrante herida que sufre el sector agroganadero".

Y es que, como han explicado desde UPA, los ganaderos están acarreado el lastre de los bajos precios en origen, así como un incremento desmesurado de los costes de producción (piensos, energía...).

Respecto a la rebaja fiscal aplicada, el Ministerio de Economía y Hacienda ha reducido el índice corrector aplicable en 2010 por piensos adquiridos a terceros, que quedará fijado en el 0,65,

un descenso importante si tenemos en cuenta que estaba fijado en el 0,75. Del mismo modo, en el caso de avicultura y porcino cárnico el descenso es superior al ser del 0,95.

Por otra parte, la orden recoge la reducción de los índices de rendimiento neto por las actividades agrícolas y ganaderas afectadas por circunstancias excepcionales. En este caso las reducciones son de muy distinta índole. En el caso de la ganadería, el descenso más relevante se da en el porcino de carne (-100 por cien), al pasar de 0,13 a 0,00; aunque otros de los más destacados son los de ovino y caprino de leche, que pasan del 0,26 al 0,13; la avicultura, que desciende del 0,13 al 0,05; y la reducción del 46 por ciento en bovino, ovino y caprino de carnea, que va desde el 0,13 al 0,07.

Aún así, UPA lamenta que, una vez más, las producciones de distintas zonas hayan quedado fuera de la orden y que, asimismo, se haya dejado fuera de esta medida a la apicultura.

UPA

"Lactalis es la que paga menos por el litro de leche"

POR EL CONTRARIO, LA COOPERATIVA CORDOBESA COVAP ES LA QUE MEJOR SE PORTA CON LOS PRODUCTORES, SEGUIDA DE CLAS Y DANONE

Rafa Villegas

La Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos (UPA) ha realizado un estudio para conocer cuáles son las distribuidoras que pagan mejor el litro de leche a los ganaderos y cuáles las que los tratan peor.

El informe, que contrasta datos de recibos pagados a los ganaderos en varias comunidades autónomas, refleja que los precios, aunque con alguna variación en función de la zona, repiten tendencia en marzo, con una tendencia a la baja por parte de Lactalis, que ha desbancado a Leche Río y a Celta de esos puestos. UPA señala, además, que esta tendencia es "absolutamente contraria" de la que se está dando en el resto del mundo.



■ Ganado de leche. / FHALMERÍA

UPA ha enumerado también las empresas que más pagan a los ganaderos por la leche, que son la cooperativa COVAP (0,36 euros por litro), CLAS (0,341), Danone y Kaiku (0,33), y en una horquilla de

0,315 euros a 0,33 euros por litro se ubican Pascual, Nestlé, García Baquero y Puleva. Desde UPA esperan que el MARM tome cartas en el asunto y no permita estas prácticas abusivas.

REAL DECRETO

El Marm modifica el Programa de erradicación de enfermedades de animales

R. V. A.

Con el claro objeto de clarificar aspectos como el régimen de movimientos de los animales de las especies bovina, ovina y caprina, el Consejo de Ministros ha aprobado un Real Decreto que modifica la normativa reguladora de los Programas Nacionales de erradicación de enfermedades. Éste establece el plazo máximo y las condiciones en que podrá autorizarse, cuando la situación epidemiológica de la enfermedad valorada en cada región así lo aconseje, la vacunación contra la brucelosis bovina de hembras, con la vacuna RB-

51 o con la vacuna REV-1, según se trate de la infección con Brucella Abortus o con Brucella Melitensis, respectivamente.

Así, en uso de esa posibilidad, algunas comunidades autónomas han establecido programas obligatorios de vacunación con la vacuna RB-51, de tal manera que, una vez iniciada la misma, debe preverse una ampliación del plazo máximo previsto en la normativa para contemplar las necesarias revacunaciones o nuevas vacunaciones en zonas de actuación donde la situación epidemiológica y el Programa Nacional de Erradicación de la Brucelosis Bovina así lo aconsejen.

A MÁS



En Almería hay 24 explotaciones ganaderas ecológicas

En la provincia de Almería hay registradas 24 explotaciones ganaderas con métodos de producción ecológica, dos más que en el año

2009. Nueve de estas explotaciones ganaderas se dedican a la apicultura, y siete son explotaciones de ganado caprino, de las que seis

producen carne y una leche. Otras seis explotaciones son de ganado ovino, y dos son avícolas dedicadas a la producción de huevos.

Universidad

INGENIERÍA RURAL

La formación mejoraría la productividad en invernaderos

ÁNGEL CALLEJÓN HA REALIZADO EL ESTUDIO 'ÍNDICES DE CALIDAD DE ERGONOMÍA-PSICOSOCIAL EN INVERNADEROS DE ALMERÍA'

■ Elena Sánchez

El estudio 'índices de calidad en ergonomía-psicosocial en invernaderos de Almería', realizado por el ingeniero agrónomo y profesor del Departamento de Ingeniería Rural, Ángel Callejón, concluye que hace falta mejorar la organización del trabajo y ampliar la formación de empleados y empresarios para disminuir el riesgo de problemas laborales en invernaderos. Así, la investigación, que ha contado con la financiación de la Consejería de Empleo de la Junta de Andalucía, surge con el fin de mejorar la salud de los trabajadores, "ya que los estudios realizados hasta ahora se habían centrado en aumentar la productividad de los cultivos, pero nunca se habían preocupado en mejo-



■ Cultivo de melón bajo invernadero. / FHALMERÍA

rar las condiciones laborales de los trabajadores", explica el profesor.

16 VARIABLES EVALUADAS

En total se ha evaluado 16 variables agrupadas en diferentes factores: condiciones físicas, la carga física que soporta el agricultor, la carga mental, aspectos psicosociológicos y las horas de trabajo. Como conclusiones, Callejón afirma que el melón plantado en parral-plano es el menos favorable en condicio-

nes de estrés térmico mientras que, para el mismo tipo de invernadero, el cultivo menos estresante es el pepino. Respecto a la complejidad y velocidad del trabajo, la berenjena en raspa y amagao muestra los peores índices en contraposición al cultivo de melón en el mismo invernadero. Igualmente, en parral-plano, los trabajadores dedicados al melón y pepino son los que se sienten menos identificados con el trabajo, a diferencia de los que siembran calabacín.

PROYECTO

Expertos chinos en tecnología agrícola se formarán en la UAL



■ El plan de formación durará 10 meses. / FHALMERÍA

■ E. S. G.

El Departamento de Agricultura del Gobierno de Pekín acaba de aprobar el presupuesto para la formación de un grupo de expertos chinos en las tecnologías de producción y gestión del modelo almeriense de producción agrícola. El plan de formación durará 10 meses, cuatro de los cuales se realizarán en un Centro de Lenguas de una universidad de Pekín, para el aprendizaje del español y los seis meses restantes en la Universidad de Almería. Durante su estancia de la UAL, los técnicos chinos compatibilizarán

los contenidos teóricos del programa, con actividades prácticas en empresas vinculadas al sector hortícola.

El inicio del programa está previsto para el próximo mes de septiembre, cuyo curso de formación estará dirigido por los profesores de la Universidad de Almería, Andrés García y Fernando Bienvenido. Las autoridades chinas conceden mucha importancia a este proyecto, por lo que se ha procedido ya a la selección del personal que participará en el mismo. Todos los costes del programa serán asumidos por el Gobierno de Pekín.

LAB Y UAL

Nuevas técnicas que validan 290 plaguicidas en tan sólo 24 horas

■ E. S. G.

La EBT almeriense LAB y el grupo de investigación Química Analítica de los Contaminantes de la Universidad de Almería están desarrollando métodos analíticos que permiten determinar la presencia de compuestos desconocidos en frutas y hortalizas y en productos fitosanitarios mediante cromatografía de líquidos y gases acoplados a detectores de masa exacta. En este sentido, la responsable del Área Comercial y Atención al Cliente de LAB, Ángela Mena, explica que "lo habitual es que en un método de análisis en rutina se determinen entre 250 y 300 materias activas, que son las que aparecen en la carta de plaguicidas que tienen los laboratorios. Con esta nueva técnica, y con el fin de comprobar la inocuidad del producto,



■ Cultivo de tomate. / FHALMERÍA

se pueden analizar todos los plaguicidas presentes en la muestra, no sólo los que vienen predeterminados en la carta. Así, descartamos la presencia de cualquier materia activa tóxica en productos fitosanitarios que, en teoría, no debería contener".

Asimismo, desde la entidad han dado a conocer que uno de los métodos más innovadores que emplean es el método magnético combinado con cuádruplo, una técnica que mide la desviación de los iones presentes en cada molécula aplicando un campo magnético. En función de esa desviación, se puede precisar con exactitud la composición química de la muestra original. "Con la ayuda de este método, tenemos capacidad para determinar alrededor de 290 plaguicidas en un plazo de 24 horas desde que la muestra llega a nuestras instalaciones", explica Mena.

Para incrementar la fiabilidad de los métodos y disminuir los tiempos de respuesta, los laboratorios avanzados de análisis de control de trazas orgánicas se centran en la búsqueda y aplicación de nuevos instrumentos.

ENERBIOALGAE

Uso de microalgas para depurar aguas residuales

■ E. S. G.

El proyecto europeo del que forma parte la Universidad de Almería, Enerbioalgae, se dio a conocer en recientemente en Santiago de Compostela en una jornada organizada por la Universidad de Vigo. De hecho, en esta presentación estuvieron presentes el investigador del Departamento de Ingeniería Química de la UAL y responsable del proyecto en la institución almeriense, Francisco Acién. Éste adelantó que el proyecto "tratará de ayudar a la regeneración y recuperación ambiental con una gestión integrada de los recursos naturales y, por otro, potenciará estas áreas confiriéndoles el valor añadido de servir para la generación de energía". De esta forma, "se pretende estimular y reforzar el

crecimiento del sector de la energía renovable en el Sudoeste europeo, diversificando las fuentes de energía existentes". En esta primera etapa, los científicos localizarán a lo largo de la costa gallega y Norte de Portugal aquellas aguas degradadas ricas en nutrientes donde se puedan realizar procesos de depuración y recuperación medioambiental.

Asimismo, una vez localizadas las aguas se procederá a elegir aquellas cepas de estos organismos que mejor se desarrollen en función de las condiciones. A partir de ahí, se realizará un seguimiento de los cultivos de distintas cepas en los fotobiorreactores que se instalarán en las universidades de Aveiro, Vigo y Almería, donde ya cuentan con una amplia experiencia en el cultivo de microalgas.

Marketing

EN BUSCA DE LA DIFERENCIACIÓN

Las almazaras de la provincia producen el aceite más 'exclusivo' de todo el país

EL 90% DEL 'ORO LÍQUIDO' ALMERIENSE ES VIRGEN EXTRA, CIFRA QUE SUBE AL 100% EN EL CASO DEL ECOLÓGICO

■ Isabel Fernández

Almería cuenta en la actualidad con unas 19.000 hectáreas de olivar, según los últimos datos hechos públicos por la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca, de las que 18.900 se dedicaron el año pasado a la producción de aceituna para aceite. En total, en 2010, la cosecha ascendió a 37.300 toneladas, que alcanzaron un valor final superior a los 14'3 millones de euros. Estos números distan mucho de las cifras manejadas por la horticultura provincial, sin embargo, ponen de manifiesto la buena salud de la que goza el sector oleícola, cada vez más internacionalizado, laureado y reconocido por los consumidores.

El aceite almeriense se diferencia claramente del producido en otros puntos de Andalucía o el resto de España y, de hecho, las almazaras de la provincia han trabajado y trabajan, precisamente, en esa diferenciación para llegar a nuevos mercados de destino. Una de esas diferencias radica, por ejemplo, en la calidad del aceite obtenido. En este sentido, los datos de la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca revelan que la treintena de almazaras que operan en Almería se distingue porque más del 90% de su producción es de aceite virgen extra, cifra que se eleva al 100% en el caso de las almazaras de producción ecológica.

Las empresas aceiteras de la provincia han trabajado tanto en esa diferenciación que, hoy por hoy, muchas de ellas destinan sus productos a negocios gourmet, tiendas especializadas, restauración u hostelería. Éste es el caso, por ejemplo, de Castillo de Tabernas, cuyo aceite "tiene un alto nivel de antioxidantes y ácido oleico", entre otras muchas cualidades, según detalló el director general de la empresa, Rafael Úbeda.

Úbeda explicó que desde los inicios de la plantación de sus olivos en el Desierto de Tabernas, allá por



■ Las almazaras molturan la aceituna apenas unas horas después de su recolección. / FHALMERÍA

1993, "nuestro objetivo fue la máxima calidad" y, de hecho, hoy por hoy, "somos el mayor productor internacional de aceite de oliva gourmet con una calidad tan excelente". Esta empresa está hasta tal punto volcada con la exportación

que la mayor parte del millón de litros de aceite de cosecha propia producidos acaba en cualquiera de los países de la Unión Europea (UE), Japón, China o Estados Unidos, sus principales mercados. Caso similar es el de Oro del Des-

ierto. Esta almazara destinada a la obtención de aceite de oliva virgen extra ecológico está presente en 14 países, según comentó su propietario, Rafael Alonso, que explicó que "apostamos por la calidad y los elementos diferenciadores".

Entre esos elementos, y más de allá del hecho de que toda su producción es ecológica, es encuentra el ser "autosuficientes". De este modo, Alonso indicó que "producimos la energía que consumimos y, por lo tanto, somos energéticamente eficientes". Junto a todo esto, en esta empresa de la provincia van un paso más allá e incluso "recogemos la aceituna a mano para garantizar una sostenibilidad también social". Todo esto son elementos diferenciadores de las almazaras almerienses. Unas almazaras que, con el paso de los años, han logrado hacerse un importante hueco en los principales mercados de destino.

EXCELENCIAS

"La principal ventaja para nuestras producciones es el estar ubicadas en el lugar que goza de mayor número de horas de sol de toda Europa". Así lo afirmó Jorge Molina, responsable de Oro de Níjar, quien explicó que, en el caso de su aceite, "esto hace que obtengamos unos sabores, aromas y colores perfectos". En la mayoría de los casos, estas almazaras realizan una recolección temprana para, como afirmó Molina, "conseguir que el fruto mantenga todas sus propiedades". Posteriormente, la molturación se hace apenas unas horas después de la recolección y el proceso de batido se realiza en frío. Todo esto permite, por un lado, obtener un producto de excelente calidad pero, por otro, hace que los rendimientos -es decir, la cantidad de aceite obtenida por cada kilo de aceituna- sean muy bajos. Pero precisamente ahí está el secreto.

Por último, el hecho de que algunas de estas producciones sean, además, ecológicas les aporta un nuevo valor añadido. En este sentido, según los datos facilitados por la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca, la provincia contaba a finales de 2010 con 1.043 hectáreas de olivar ecológico, cifra ligeramente superior a la de 2008, cuando se cultivaban 858 hectáreas. Gracias a todo ello, tal y como recordó Úbeda, "Almería es una de las provincias españolas con un estándar de calidad más alto, aunque su producción sea menor a la de otras zonas".

El aceite almeriense da la vuelta a casi todo el mundo haciendo gala de su calidad

Suecia, Austria, Japón, Estados Unidos... Éstos son sólo algunos de los destinos a los que se exporta el aceite almeriense y allí residen sólo una parte de los consumidores que, hoy por hoy, han caído rendidos a sus pies. "Mercados como el japonés o el chino ya empiezan a apreciar la calidad y los beneficios del aceite para la salud", explicó el director general de Castillo de Tabernas, Rafael Úbeda, una de las empresas que ya está presente en estos mercados orientales. Por su parte, Rafael Alonso, propietario de Oro del Desierto,



■ En Japón. / FHALMERÍA

selañó que, en el caso de Japón, país al que también exporta su empresa, "son muy peculiares, pero valoran mucho los productos de

calidad". El nipón se está convirtiendo, de este modo, en un mercado más que atractivo para el aceite almeriense, que no pierde la oportunidad de promocionarse allí.

Por último, Jorge Molina, responsable de Oro de Níjar, comentó que, si bien es cierto que el mercado nacional valora el producto almeriense, también lo es que es algo más reticente a la adquisición del aceite gourmet. "La recogida temprana repercute en el rendimiento y, claro, esto supone que sea algo más caro", explicó.



Agrofuerte

La tarjeta de los agricultores.

La tarjeta de nuestras empresas.

La tarjeta del sector agroalimentario.



Legislación

HASTA EL 14 DE JUNIO

Ayudas para la distribución de productos ecológicos

I. F. G.

La Consejería de Agricultura y Pesca abrió recientemente el plazo de recepción de solicitudes de ayudas dirigidas al apoyo de la mejora de innovación de la distribución de productos ecológicos, que se mantendrá abierto hasta el próximo 14 de junio. Esta línea de ayudas está dirigida a pequeñas y medianas empresas del sector ecológico andaluz y subvenciona, entre otros aspectos, proyectos de concentración de la oferta como la puesta en marcha de centros de acopio, el establecimiento de canales cortos de comercialización o el desarrollo de tecnología innovadora. El objetivo es, según la Junta, “potenciar el valor añadido de los alimentos ecológicos a través de la puesta en marcha de nuevos medios de distribución”.

AGROAMBIENTALES

Agricultura, con la promoción de prácticas respetuosas

I. F. G.

El Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (BOJA) publicó recientemente la Orden que regula la concesión de ayudas para medidas agroambientales en Andalucía, cuyo objetivo es apoyar el desarrollo sostenible de las zonas rurales y responder a la demanda creciente por parte de la sociedad de servicios ambientales, mediante la promoción de prácticas agrícolas más respetuosas con el entorno. Entre las medidas a las que puede acogerse una explotación para recibir ayudas agroambientales se encuentran la agricultura ecológica, la ganadería ecológica, producción integrada para remolacha de siembra otoñal, agricultura de conservación del viñedo y prima voluntaria adicional, según explicaron desde la Junta.

INVERSIONES

Andalucía recibe 1'1 millones para la prevención de plagas y lucha integrada

LA ÚLTIMA CONFERENCIA SECTORIAL ADELANTÓ A LA COMUNIDAD MÁS DE 16'6 MILLONES PARA EL IMPULSO DE LA PESCA Y LA AGRICULTURA

Isabel Fernández

Andalucía ha recibido más de 1'1 millones de euros para prevención y lucha contra las plagas, así como para el fomento de agrupaciones fitosanitarias y de producción integrada en el marco de la última Conferencia Sectorial de Agricultura y Desarrollo Rural, celebrada en Madrid. De este modo, la línea de prevención de plagas cuenta con 29.019 euros, la de lucha contra las plagas con 700.664 euros y, por último, el fomento de agrupaciones y de producción integrada con 387.383 euros.

En total, la Comunidad Autónoma ha recibido un adelanto de casi 16'7 millones. La mayor parte de esta cantidad está destinada, según detallaron desde la Consejería de Agricultura y Pesca, a los programas estatales de control y erradicación de enfermedades ganaderas (4'1 millones) y a acciones diri-



La ministra Rosa Aguilar presidió la Conferencia Sectorial celebrada en Madrid. / FHALMERÍA

das al fomento de la industrialización de la pesca (3'01 millones). En este segundo caso, la importancia dada a la pesca andaluza por del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) ha propiciado que más del 60% de los 5'2 millones destinados a este sector a nivel nacional recaigan en la Comunidad andaluza.

En el lado opuesto se encuentran, a juicio de la Consejería, los programas de control biológico en cultivos, las ayudas a las Asociaciones de Defensa Sanitaria y Ganadera (ADSGs) para actuaciones en materia de sanidad animal y el mantenimiento y la conservación de razas autóctonas ganaderas. En el caso de las ADSGs, la Conferencia Sectorial les ha destinado

algo más de 741.000 euros, mientras que el mantenimiento de las razas autóctonas ha recibido más de 1'5 millones. Desde la Consejería andaluza del ramo afirmaron que pedirán más apoyo económico al Ministerio en el reparto definitivo de fondos para líneas de ayudas prioritarias para estas partidas que han visto reducidas sus asignaciones económicas.

SUBVENCIONES

Más de 2 millones para la integración cooperativa

I. F. G.

El Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) abrió a principios del mes de mayo la convocatoria para la solicitud de ayudas destinadas al fomento de la integración cooperativa de ámbito estatal, que podrán solicitarse hasta el próximo 9 de junio y que tienen una cuantía total superior a los 2'5 millones de euros.

El objetivo de estas ayudas, según indicaron desde el propio MARM, es “fomentar el asociacionismo agrario de carácter económico, creando estructuras empresariales de mayor dimensión que faciliten la cooperación interterritorial y la economía en red al integrar a las enti-

dades asociativas”. Para ello, se dará prioridad a aquellas solicitudes que, por ejemplo, busquen la fusión de dos o más entidades o que tengan como finalidad la innovación de los procesos de producción y de comercialización.

En este sentido, desde el MARM indicaron que pueden optar a estas ayudas las cooperativas agrarias, los grupos cooperativos, las sociedades agrarias de transformación y cualquier entidad económica, siempre y cuando más del 50% de su capital social pertenezca a algunas de estas entidades. Las solicitudes deberán ir acompañadas de un plan de integración que informe, entre otras cosas, del volumen de actividad y número de socios.

IGUALDAD EN EL CAMPO

El MARM y SAECA firman un convenio para incentivar la cotitularidad en fincas

I. F. G.

El Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) y la Sociedad Anónima Estatal de Caución Agraria (SAECA) firmaron recientemente un convenio de colaboración para, según el primero, “instrumentar la subvención de avales de préstamos bonificados a favor de titulares de explotaciones agrarias en régimen de titularidad compartida”.

El objetivo de este convenio, tal y como explicaron desde el MARM, es “establecer las condi-

ciones para que los avales concedidos por SAECA a las mujeres cotitulares de explotaciones agrarias en régimen de titularidad compartida puedan beneficiarse de la subvención nominativa prevista en el actual ejercicio económico por un importe de 20.000 euros a favor de la citada Sociedad”.

De este modo, el MARM subvencionará el 1% del importe de los avales formalizados por SAECA en garantía de préstamos concedidos a las titulares agrarias en régimen de titularidad compartida, en virtud del Real Decreto de 6 de marzo.

Agenda

PRÓXIMOS EVENTOS

■ FORMACIÓN

Huelva acoge un curso en el que se forma a los alumnos en los requisitos exigidos por GLOBALGAP



Del 14 al 16 de junio Huelva acoge el curso 'Protocolo GLOBALGAP v4. Contenidos y principios de inspección', con el objetivo de formar a los alumnos en los requisitos exigidos por el protocolo GLOBALGAP y modificaciones respecto a la re-

visión anterior, así como en su aplicación práctica para los procesos de inspección. El curso combina la teoría con ejemplos prácticos reales para afianzar los conocimientos. Está dirigido a responsables y técnicos de calidad y campo, etc.

■ SALÓN

SIL acoge en Barcelona a los miles de profesionales del sector logístico



Del 7 al 10 de junio de 2011 vuelve por 13º año consecutivo el Salón Internacional de la Logística y de la Manutención en el recinto de Gran Vía de Feria de Barcelona. En él, la organización ha informado que se celebrará el 9º Forum Mediterráneo de Logística y Transporte,

acompañado de los ya tradicionales encuentros sectoriales, todos ellos plagados de figuras de la logística, más el apoyo de las principales instituciones relacionadas con el sector. Con ello, Barcelona se ha convertido en el mejor punto de encuentro de este sector.



■ FERIA

Silleda y la Semana Verde de Galicia

Del 16 al 19 de junio, la localidad gallega de Silleda acoge la Semana Verde de Galicia. La concentración en un mismo espacio de una amplia oferta relativa a una gran variedad de sectores convertirá a esta nueva edición en un completo escaparate multisectorial con gran atractivo para el público. A esta di-

versidad se añadirá el carácter novedoso de muchos sectores que estarán presentes por primera vez en el área expositiva para enriquecer el contenido del certamen, y que atraerán tanto a fieles de la feria como a nuevos visitantes. Este espacio comercial contará con un intenso programa de ocio.

AGROIRIS

Desde 1994

En Agroiris agricultores, técnicos, empleados y todos los que pertenecemos a esta empresa hemos trabajado por mejorar nuestra producción año tras año desde 1994. Ahora con más ilusión que nunca y preparados para evolucionar estamos dispuestos a dar lo mejor de nuestro campo a los más exigentes clientes europeos. Las hortalizas son vida y tenemos muchas.

www.agroiris.com
fguil@agroiris.com / asalin@agroiris.com

CAMPAÑA DE PRIMAVERA

Altibajos en el precio de sandía y melón

■ José Esteban Ruiz.

La 'crisis del pepino' generada en Alemania también está afectando a los productos típicos de la primavera almeriense. En la última semana las cotizaciones de melón y sandía han caído en origen después de que mantuvieran una cierta estabilidad en el periodo central de mayo. El cierre del mercado al pepino cultivado en la provincia también ha frenado, de alguna forma, los envíos de esta fruta de primavera desde la provincia han descendido. Según el presidente de ASA-JA-Almería, Francisco Vargas, "en los últimos días ha disminuido, en general, la demanda del mercado exterior de los productos que se cultivan en los invernaderos de Almería y entre los afectados se encuentran tanto el melón como la sandía, incluso de esta última fruta se han

anulado pedidos". A pesar de ello, el precio medio en origen se mantuvo en los primeros días tras conocer las noticias llegadas de Alemania. No obstante, una semana después de las acusaciones de la autoridades de Hamburgo, también comenzó a flaquear el valor de la fruta de primavera.

El desarrollo de la campaña ha estado marcado por una fuerte competencia exterior en las primeras semanas, evitando que se alcanzaran precios rentables para el agricultor. Principalmente, como indicó Andrés Góngora, secretario provincial de COAG, "por la coincidencia en el mercado con productos procedentes, principalmente, de Senegal, Marruecos y países de Sudamérica". Tras este complicado inicio, la cotización en origen aumentó, estabilizándose en cifras rentables para los productores provinciales.

LA PARCELA DE ALEX



OPINIÓN

Lo de Alemania, de vergüenza

■ José Antonio Gutiérrez Escobar



La última aventura que se han marcado los alemanes contra los pepinos españoles no tiene nombre. Una auténtica vergüenza. Quién iba a pensar que quienes nos exigían todo tipo de controles, certificaciones de calidad, análisis y cientos de cosas más iban a ser ahora los que no cuidaban su propia higiene. O si no es así, no creen que es verdaderamente lamentable culpar a España de una infección que no se ha detectado aún en territorio español. Cómo es posible transmitir una infección cuando no se tiene constancia de que existe (y aún siguen buscando indicios de que la bacteria ande por Málaga o Almería).

No queda ahí la cosa. La infección se ha trasladado a otros países limítrofes que han tenido relación con la ciudad alemana de Hamburgo, pues bien, qué mejor idea que culpar a los 'pepinos españoles asesinos', como están haciendo en Reino Unido, de su contagio. En un primer momento se prohibió la venta de productos agrícolas españoles en toda Alemania, posteriormente Austria anunció que no quería berenjena, tomate y pepino procedente de España, La República Checa ha cerrado las puertas a la producción española, Rusia ha prohibido la importación de productos agrarios de España, en Inglaterra, Suecia e Italia no quieren saber nada de nuestros vegetales y así una lista interminable.

Después de todo esto, parece que alguien, entre ellos la propia Unión Europea, cree que los pepinos pudieron ser contaminados en destino y no en origen. Para cuando se confirme la autenticidad del foco infeccioso lejos de tierras españolas, miles y miles de agricultores habrán tenido pérdidas cuantiosas, miles y miles de jornaleros, manipuladoras, transportistas y demás trabajadores directos e indirectos se habrán visto seriamente perjudicados y lo que es peor, más afectados y más muertes porque el verdadero foco aún seguirá activo.

La imagen de la agricultura española, a la altura de los huevos con dioxinas alemanes o las vacas locas inglesas por orden directa de los incompetentes que denunciaron precipitadamente una contaminación que tiene todos los indicios de ser absolutamente falsa.

Mientras tanto la consejera de Agricultura andaluza manifiesta estar "indignada" y la ministra de Agricultura ha anunciado que se va a quejar ante la Unión

Europea y las autoridades alemanas. Mi pregunta es: ¿Los responsables políticos españoles serán capaces de solucionar algo antes de que acabe toda la cosecha que queda en el campo? También es una cuestión de tiempo. En la última reunión de la consejera con el sector agrario almeriense, ésta comunicó que hasta el jueves 2 de junio (una semana después de la alarma) no se conocerían los resultados de los análisis definitivos. Cada día que pasa miles de trabajadores pierden su empleo, miles de agricultores pierden sus hortalizas y miles de kilos de productos en perfecto estado van a la basura y un aluvión de críticas basadas en una mentira fluyen por los medios de comunicación de todo el mundo marcando injustamente una agricultura que no es culpable de que los alemanes no se apliquen a sí mismos lo que exigen a los demás.

No hay dinero suficiente en ningún fondo para aliviar el daño económico y de imagen que se está haciendo a la agricultura española, soportando la carga de unas muertes que no ha provocado. Al final terminarán pagando los mismos, los propios agricultores, esta vez acusados injustamente por una senadora que tenía que encontrar rápidamente una causa para una situación delicada en su país fruto del descontrol higiénico-sanitario.

En fin, es un episodio más del acoso mediático injustificado al que está sometida la agricultura española y más concretamente la almeriense, por el simple hecho de ser rentable, estar desunida y soportar los envites de los 'lobbies' internacionales de la gran distribución. Ya algunos medios españoles hablan de 'guerra comercial'. A ver en qué queda todo esto.

¡Ah! HORTYFRUTA, nada de nada, esta crisis parece que le afecta poco. Creo que ha escrito una larga carta a los distribuidores europeos explicando las excelencias de nuestras prácticas con las hortalizas y continúa con su labor recaudadora a golpe de demanda en los juzgados contra empresas exportadoras andaluzas. HORTYFRUTA es la interprofesional de frutas y hortalizas de toda Andalucía, incluso de Málaga.



Ninette

Simplemente: El Mejor

