



ACTUALIDAD

La campaña agrícola da oxígeno a la economía de Almería

La nueva cosecha reactiva miles de contratos a trabajadores del campo y de los centros de comercialización. Quince mil familias de agricultores inician su negocio. Pág. 3



■ Los agricultores empiezan a recolectar los primeros frutos de la temporada 2011-2012. / FHALMERIA

CAMPAÑA DE IMAGEN DE LAS FRUTAS Y HORTALIZAS

HORTYFRUTA exige el dieciséis por ciento del presupuesto de promoción a sólo 3 empresas

La Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía ha previsto trescientos mil euros para la campaña de promoción de frutas y hortalizas de este año. De esa cantidad, 48.000 euros se los ha pedido a solamente tres empresas de Almería. Ninguna de ellas pertenece a esta organización. Pág. 6

COMARCAS

El MARM adjudica la redacción del proyecto de desagüe de la Balsa del Sapo, sin prisas P. 10

INICIO DE CAMPAÑA

La falta de financiación pone contra las cuerdas a más agricultores P. 18

Del 19 al 21 de Octubre
Fruit Attraction celebrará la Semana de la Verdura para potenciar su valor

Página 8

ESTIMACIONES

ASAJA: "Quince por ciento de pepino menos por la E. coli" P. 23

ESPECIALES

**Inicio de la campaña agrícola
"Comienza la cosecha 2011-2012"**

Páginas 17 a 24

**Envases y embalajes
"Imagen para las hortalizas"**

Páginas 25 a 32

Opinión

TRIBUNA

Sobre la “sostenibilidad” de la agricultura intensiva almeriense

■ Emilio Galdeano Gómez

Catedrático de Economía Agraria



SI HAY QUE
HABLAR DE
INSOSTENIBILIDAD,
ES CIERTO
QUE LA FALTA
TRADICIONAL DE
ORGANIZACIÓN Y
LA ESTRATEGIA DE
CONJUNTO HACE
QUE SEA UN
SECTOR BASTANTE
VULNERABLE E
INSOSTENIBLE EN
IMAGEN.

bito académico (y así ser más creíble) se ha tenido que recurrir a la impresión recogida por autores anglosajones que indicaban hace pocos años en un artículo científico: “es la agricultura de mayor dimensión social del mundo...”, refiriéndose a esa distribución amplia de las rentas. Pese a que el aspecto social ha sido uno de los más cuestionados y más aprovechado con alto grado de oportunismo, a raíz, sobre todo, de los sucesos de dos mil, y aún sin mirar mucho a otras innumerables realidades en el contexto internacional, sólo basta acercarse un poco a “pie de obra”, para ver cómo el trabajo conjunto de la inmigración (fenómeno de las dos últimas décadas) con los miembros de la unidad familiar en las distintas actividades ha generado un nivel de integración y de igualdad en prestaciones sociales (simplemente podemos echar una mirada a centros escolares, centros médicos, propiedad o alquiler de viviendas, colas para la prestación de desempleo, etc.) que podría ser la envidia de otros procesos migratorios, incluso ya más arraigados y con varias generaciones de convivencia. Lamentablemente, como viene siendo ya típico en los últimos años y parafraseando a un colega, cualquier noticia negativa de índole social en esta agricultura “ha servido para descargar la mala conciencia” de la supuestamente opulenta sociedad española y europea en general, y aliviar así su inmovilismo ante los desequilibrios sociales mundiales, otros más cercanos o incluso dentro de su propio entorno individual (donde, por ejemplo, tanto podríamos hablar de los empleados/as del hogar de origen extranjero). Además, en este componente social se podría ejemplarizar la cuestión de género, ahora de actualidad con la nueva legislación de titularidad de empresas, donde el trabajo femenino ha sido tradicionalmente uno de los soportes fundamentales para distintas actividades de este sector. No obstante, los más recurrentes

considerarán que falla la sostenibilidad ambiental. Precisamente, cuando se viene considerando de forma más aceptada por los analistas ambientales que la agricultura intensiva es más adecuada para el uso más eficiente de los recursos naturales frente a la extensiva, después de un desarrollo caracterizado por la introducción de sistemas de ahorro (convirtiéndose en la agricultura más eficiente en el uso de agua), por la mejora en las técnicas agrícolas que son más verdes (ya con la mayor superficie de producción integrada a nivel internacional), con controles de calidad y salubridad rigurosos (que perfectamente pondrían en entredicho las producciones de otras regiones), con cultivos que absorben importantes cantidades de CO2 y el denominado efecto “albedo” sobre la temperatura atmosférica (incidiendo paradójicamente en un menor “efecto invernadero”) y que, además, el nivel de concienciación por los problemas ambientales que tienen los productores de esta agricultura (recientemente reflejado en una Tesis Doctoral de la Politécnica de Valencia) es el más alto en comparación con el de otros productores de otras regiones agrícolas del país... Realmente con todo ello, poco queda por añadir.

Es evidente que siguen siendo muchos los defectos y los frentes por donde seguir trabajando para mejorar las dimensiones mencionadas. Pero, si hay que hablar de insostenibilidad, es cierto que la falta tradicional de organización y la estrategia de conjunto, hace que sea un sector bastante vulnerable e insostenible en imagen.

Sin embargo, lo asombroso de este sector y la economía provincial en general es que sigan subsistiendo con tan pocos simpatizantes, oportunistas y los constantes varapalos sufridos a lo largo de todo su desarrollo, donde la característica más común es el desamparo: negociaciones nefastas en el ámbito agrario europeo e internacional, falta de desarrollo de infraestructuras, inoperancia ante la avalancha de inmigración irregular, falta de reacción ante las alertas sanitarias... Y, ahora, tratando de dejar a la provincia fuera del denominado Corredor Mediterráneo. Posiblemente, ese sea el “milagro” y más aún teniendo el “enemigo en la propia casa”. Pero, a pesar de ello, los analistas del proyecto antes mencionado seguirán con su ‘miopé’ visión (siempre desde fuera, claro) de un invernadero de la zona, ya que la financiación recibida (cada vez más escasa) lo merece, pese a que seguramente buena parte de la misma se haya generado con esta agricultura.

¡Es increíble! Pero, sobre todo, lo realmente ‘insostenible’ es mantener todavía a supuestos ilustrados y agentes públicos que promuevan estudios de este tipo.

No cabe duda que hay términos en el ámbito académico, político y social (seguramente en este orden) que se ponen de moda en distintos momentos. Ahora toca la sostenibilidad y el desarrollo sostenible. Unos términos que en los últimos tiempos se vienen utilizando hasta la saciedad e incluso hasta el hastío, simplemente porque suenan bien y parecen políticamente muy atractivos, hasta convertirse incluso en un mero escaparate o eslogan que encabeza un discurso muchas veces vacío y falto de contenido sobre la cuestión.

También, en bastantes ocasiones, es una idea orientada a la sostenibilidad ambiental, llegando a confundir a oyentes o lectores, con la idea de que una actividad productiva sostenible es simplemente aquella que respeta o protege el medio y los recursos naturales. Pero, se trata tan solo de una parte de un concepto mucho más amplio y del que, a mi entender, habría de tomarse con más seriedad y no con tanta parcialidad.

La sostenibilidad se refiere también a otros dos componentes: los económicos y los sociales. Incluso se habla más actualmente del componente institucional, que aunque el mismo podría enmarcarse dentro del ámbito social, éste parece que cobra creciente fuerza, no sólo en aquellos países o sociedades donde no impera un sistema democrático, o donde la corrupción administrativo-política se hace efectivamente insostenible; una situación cada vez más evidente, puesta de manifiesto no sólo en las recientes revoluciones ciudadanas (como las de los países árabes), sino también en las sociedades de los países más desarrollados a raíz de la presente crisis económica.

Todo ello viene porque hace poco me llegó la invitación para participar como experto en un proyecto de investigación (generosamente financiado precisamente por una administración cercana) que pretende mostrar la “insostenibilidad de la agricultura intensiva almeriense”, particularmente en su dimensión ambiental y, cómo no, en la social. En un momento en el que la reciente crisis derivada de la E. coli ya ha provocado cuantiosos daños, lo incomprensible e inaudito del proyecto no sólo viene por la idea de ‘echar piedras sobre el propio tejado’, en tiempos donde precisamente hay que cuidar y mimar (aunque sin dejar de tratar de mejorar) cualquier actividad productiva generadora de empleo y desarrollo económico

(actividades que vemos mermar día tras día en el contexto español), sino porque justamente habría que hablar de lo contrario, es decir, de una de las referencias de desarrollo más sostenibles a nivel mundial. Basta salir un poco fuera y conocer otras realidades para apreciar la paradigmática confluencia de aspectos económicos, sociales y también medioambientales que vienen caracterizando a esta agricultura.

La dimensión económica es sobradamente conocida (el llamado ‘milagro almeriense’), la cual, durante casi cinco décadas, viene sustentando un desarrollo de tipo endógeno y autosostenido, es decir, con mínimos soportes o exento de ellos, así como internacionalmente competitivo, que es precisamente uno de los objetivos (infructuosos en la mayoría de los casos) de la Política Agraria Comunitaria desde hace ya bastantes años para la agricultura europea. Pero además, un desarrollo basado en explotaciones y empresas de tipo familiar (construidas exactamente con el duro trabajo de ya varias generaciones de mayores y pequeños de la unidad familiar) y generalmente con una escala reducida, que ha permitido un reparto bastante equitativo de la renta. En ocasiones, para transmitir esta idea en ám-



Edita: CIA, S.L.

Coordinación general: Verónica Bono Casas.

Departamento Comercial y Publicidad: Noelia Blanco Alchapar

Teléfonos: 950 57 13 46 y 679 464 490. Fax: 950 57 21 46. E-mail: publi@fhalmeria.es - comercial@fhalmeria.com

Dirección: Paseo de Santa María del Águila, 158 - 2º E. 04710 SANTA MARIA DEL AGUILA - EL EJIDO (Almería).

Imprime: Corporación Gráfica Penibética

Dép. Legal: AL-2839-2007 - ISSN 1889-4836

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

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

redactor2@fhalmeria.com - redactor3@fhalmeria.com

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

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

Actualidad

COMIENZA UN NUEVO AÑO PARA LAS FRUTAS Y HORTALIZAS

La provincia de Almería 'arranca el motor' de su principal pilar económico

SEPTIEMBRE LLEGA CON LA ILUSIÓN RENOVADA DEL SECTOR POR VIVIR UNA CAMPAÑA LLENA DE BUENOS PRECIOS PARA LOS PRODUCTOS

■ José Esteban Ruiz

Cada año el campo vuelve a experimentar las mismas sensaciones. Partiendo del esfuerzo de los agricultores por mantener la actividad que sustenta sus vidas y las de sus familias, el sector comienza a engrasar la máquina que se esconde bajo el plástico que cubre parte de la provincia de Almería y que, a pesar de la creciente competencia con países terceros, continúa siendo la despensa de Europa. La crisis ha hecho mella en la economía, pero la almeriense no se entiende sin el funcionamiento de un sector como el hortofrutícola, que cuando llega el final del verano comienza a levantar la voz con la incorporación de miles de trabajadores a las tareas productivas que requiere ofrecer el mejor producto a los consumidores.

La agricultura bajo plástico que se desarrolla en Andalucía, según un estudio elaborado por la Interprofesional Andaluza de Frutas y Hortalizas, genera aproximadamente 110.000 puestos de trabajo cada año, alrededor de un 80% de



■ Almería produce anualmente más de 850.000 toneladas de tomate. / FHALMERIA.

ellos se generan sólo en la provincia de Almería. Las comercializadoras restan con la llegada de septiembre un importante número de personas en las listas del desempleo.

Pero la importancia de este sector en la provincia suma si se tiene en cuenta el entramado empresarial que se configura entorno a la actividad agrícola y comercial. La industria auxiliar de la agricultura factura cada año alrededor de mil millones de euros, según el último tecnómetro elaborado por la Fundación TECNOVA. En este in-

forme se pone de manifiesto que esta industria, a pesar de la situación de crisis económica, más de 180 empresas mantienen su actividad en la provincia, ofreciendo empleo a más de 4.200 personas. Aunque la industria auxiliar de la agricultura no queda exenta de competidores, las empresas, en los últimos años, han apostado firmemente por su internacionalización, ofreciendo sus servicios en zonas emergentes, buscando nuevos mercados para desarrollar su negocio. Sudamérica, Centroamérica o el Norte de África, con países como Marruecos, Brasil o México se han situado como referentes para la industria auxiliar de la agricultura almeriense.

Todas estas empresas apoyan con sus productos la producción de más de 2.600.000 toneladas de frutas y hortalizas de media en los últimos años que logran poner en los mercados los agricultores y comerciales que mantienen viva la economía provincial, más que otros sectores como el turismo o la construcción.

Una nueva reacción del sector agrícola

La crisis de la 'E.coli' generada por la precipitación de las autoridades alemanas a la hora de señalar al pepino español como el portador de la bacteria que había provocado la muerte de habitantes del país germano ha ge-

nerado numerosas pérdidas económicas en el sector almeriense. No obstante, lejos de desencadenar un estado de pesimismo de cara a la presente campaña, agricultores y comercializadoras han reaccionado mejorando, si cabe, el trabajo que realizan.

Este año, las empresas hortofrutícolas intensifican su trabajo para que en destino no haya indicio alguno para tildar como mala la calidad de los produc-

tos de Almería. Al igual que en 2007, cuando se produjo una verdadera 'revolución' con la implantación masiva de la lucha integrada contra plagas en pimiento, en este inicio de campaña ya se prevé un aumento considerable en el uso de esta técnica respetuosa con el medio ambiente en otros productos hortícolas en los que aún no se había desarrollado en gran parte de su superficie, tales como el tomate o la berenjena.

www.philoseed.es

El pintón larga vida
Tyntón

El sabor auténtico
Ibérico

PhiloSeed

RESOLUCIONES APROBADAS

Aguilera entrega las primeras ayudas por la crisis de la 'E. coli' en Almería

SEGÚN DATOS DE AGRICULTURA Y PESCA, SE HAN RESUELTO DE MANERA FAVORABLE 871 SOLICITUDES DE LA PROVINCIA

■ José Esteban Ruiz

Los primeros productores que solicitaron las ayudas concedidas por la Unión Europea para aliviar las pérdidas generadas por la crisis de la 'E. coli' ya cuentan en su poder con la resolución aprobada por la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía. La responsable andaluza en la materia, Clara Aguilera, ha entregado en Almería hasta 72 resoluciones favorables a 64 agricultores y ocho Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas (OPFH) que tramitaron el apoyo económico ofrecido por la Comisión Europea a los productores de pimiento, tomate, pepino, calabacín y lechuga. En total, el montante económico al que ascienden estas primeras resoluciones que entrega en la provincia de Almería superan los dos millones de euros.

La previsión inicial colocaba a la provincia como la zona en la que más productores y empresas de comercialización se habían visto afectadas por la crisis en la que sumergieron las autoridades de Hamburgo al sector español de frutas y hortalizas. Algo más de 47 millones se repartirán entre los productores almerienses antes de mediados del mes de octubre. Según las cifras facilitadas por la Consejería de Agricultura y Pesca, en la provincia almeriense se



■ Clara Aguilera, consejera de Agricultura y Pesca, entrega la ayuda a un productor. /FHALMERÍA

han tramitado 871 solicitudes de ayudas resueltas favorablemente, 30 de ellas presentadas por Organizaciones de Productores y 841 gestionadas a título individual por los propios agricultores. Todas ellas, al margen de las entregadas por Clara Aguilera, según aseguró la consejera de Agricultura, "se están entregando por la vía administrativa habitual".

Los datos aportados por la titular del ramo ponen de manifiesto que la mayor parte de las ayudas que se entregaron en la provincia de Almería a agricultores corresponden a renuncia de cosecha o cosecha en verde, principalmen-

te de cultivos como tomate y pepino, aunque también hay productores que han solicitado ayudas a otros productos contemplados en el Reglamento, como el calabacín y el pimiento.

En total, atendiendo a la superficie cubierta, se han indemnizado más de 358.000 metros cuadrados de cultivo y alrededor de 33.000 kilogramos de producto retirado. En conjunto, la provincia de Almería recibirá "más de 6 millones de euros por retirada de productos que corresponden a más de 17.000 toneladas, y más de 41 millones por haber cosechado en verde o renunciado a hacer cosecha,

que corresponden a una superficie total de 1.957 hectáreas".

Esta medida excepcional que dejaba fuera de cobertura a productores de hortalizas afectadas como berenjena, sandía y melón, a pesar de haber sido requerida por el sector hortofrutícola a las autoridades nacionales, y estas ante la Comisión Europea, llega para paliar una parte del daño que han hecho en la producción de frutas y hortalizas nacional las injustas acusaciones procedentes de Alemania sobre la presencia de una variante de la bacteria 'E. coli' en pepino originario de Andalucía. No obstante, este hecho generó un

ASAJA pide incentivar la integración en una OPFH

A colación de las palabras de la consejera de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, Clara Aguilera, animando a los agricultores a integrarse en Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas para mejorar la tramitación de ayudas y favorecer la concentración, ASAJA-Almería ha manifestado su conformidad siempre que se incentive la participación de los agricultores en estas figuras jurídicas. De este modo, Francisco Vargas, presidente de la Asociación de Jóvenes Agricultores, afirmó estar de acuerdo con la necesidad de concentrarse, "pero es necesario eliminar las trabas que se encuentran los productores a la hora de integrarse en una OPFH". Por ello, Vargas señala que su organización está trabajando con el Ministerio de Medio Rural y Marino en la elaboración de un proyecto en el que se beneficie y facilite la incorporación de los productores en OPFHs.

desconcierto general en el consumidor europeo y desacreditó la imagen de los productos en el mercado, alterando su comercialización. Para mejorar esta imagen, tanto el Gobierno central como la Unión Europea han puesto en marcha varias campañas de promoción con el fin de activar el consumo perdido durante el mes de junio.

La consejera aboga por mejorar los mecanismos de gestión de crisis

Con el objetivo de mejorar la gestión de crisis como la que ha pasado a denominarse como la de la 'E. coli' en beneficio de los productores, la consejera de Agricultura y Pesca es partidaria de una mayor integración de los agricultores en Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas. Para Clara Aguilera es muy importante "intensificar el proceso de organización del sector hortofrutícola, cuya

estructura básica prevista por su Organización Común de Mercado (OCM) es la Organización de Productores de Frutas y Hortalizas. Ello implica que los agricultores que no formen parte de dicha estructura (en torno al 50%) puedan perder subvenciones. Por ese motivo, desde la Consejería de Agricultura se viene trabajando con el sector para seguir avanzando en la integración de los productores en OPFHs, y que

no se pierda ni un euro de las ayudas que habitualmente contempla la UE para las frutas y hortalizas". Favorecer una concentración de la oferta en todos los sentidos con el propósito de mejorar en origen en beneficio de la producción y comercialización de frutas y hortalizas.

Por otra parte, Clara Aguilera anunció que la Consejería de Agricultura está trabajando en la línea de impulsar un marco legislativo que, de alguna manera, limite la maniobra de las grandes cadenas de distribución a la hora de fijar sus propios márgenes comerciales.



■ Retirada de productos debido a crisis en el mercado. /FHALMERÍA

GARANTÍAS

Los agricultores aseguran más sus explotaciones agrarias esta campaña

LA LÍNEA DE SEGUROS OFRECE ESTE AÑO MAYOR COBERTURA AL AGRICULTOR TANTO PARA LAS ESTRUCTURAS COMO PARA LAS COSECHAS

■ Rafa Villegas

Si bien el plazo para contratar un seguro de campaña agrario concluye el próximo 30 de octubre, debido a la unificación de la línea 18 y la de tomate, lo cierto es que ya se está registrando un incremento considerable del número de agricultores que piden presupuesto y, en muchos casos, lo contratan de cara a la nueva campaña.

Del mismo modo, la secretaria general de ASAJA-Almería, Adoración Blanque, ha asegurado que “lo que más se puede destacar en este momento no es el aumento del número de pólizas contratadas sino la cuantía de las mismas”. Y es que,



■ Crece la contratación de pólizas de fincas . /FHALMERÍA

como ha explicado, “en nuestro caso el incremento del importe de la prima asegurada es, aproximadamente, un 60 por ciento mayor en estos momentos que el año pasado”. Esta situación se entiende, sobre todo, porque los propietarios

de fincas más pequeñas son más reacios a asegurar sus fincas, ya que, por un lado, el volumen de producción es menor y, por otro, lógicamente el riesgo es mucho menor. La organización agraria COAG-Almería, además, está más

que satisfecha ya que, como han explicado, ya han registrado un aumento del 50 por ciento del número de agricultores asegurados respecto al año pasado.

Además, como ha asegurado Adoración Blanque, “cabe recordar que el año pasado se podía contratar el seguro hasta finales de septiembre y la experiencia de las últimas campañas nos ha enseñado que los agricultores suelen dejar la contratación del seguro agrario para el último momento”. Es por ello que, como ha vaticinado Blanque, “con total seguridad se va a producir un aumento mayor durante el próximo mes de octubre del número de pólizas contratadas”.

Lo cierto es que son muchas las mejoras que se le han aplicado a los seguros para esta campaña. Así, desde COAG han puesto como ejemplo que “la cosecha y la estructura tienen capitales indepen-

dientes, es decir, que se puede asegurar un cultivo de calabacín a 4 euros el metro y la estructura (si es de raspa y amagao) se puede asegurar entre 6 y 10 euros el metro”. Han explicado, además, que “a esta novedad hay que añadir que se alarga la vida útil del invernadero de estructura metálica de 15 a 20 años (también de raspa y amagao). Asimismo, los primeros seis años el invernadero no sufre depreciación en caso de siniestro”.

En definitiva, como ha explicado Blanque, “el seguro se ha hecho más a medida para el agricultor. Así, ahora tienen la posibilidad de contratar un paquete de seguro básico y, a partir de ahí, ir añadiéndole una serie de riesgos”. En definitiva, como ha asegurado la secretaria general de ASAJA-Almería, “se asemeja mucho más a un seguro de automóvil”.

Por otra parte, la organización agraria COAG ha denunciado que se están produciendo fallos en la contratación de las pólizas. Y es que, como han asegurado, “se han contratado pólizas a través de algunas entidades financieras y aseguradoras, que han incluido bonificaciones que sólo pueden tener los que tengan calefacción y puede causarles problemas”.

NUEVO

¡Stop al Mildiu!




- Producto natural con carácter FITOFORTIFICANTE, preventivo-curativo para el tratamiento de Mildiu en Hortícolas. Se puede utilizar preventivamente o al inicio de la enfermedad.
- Elevada eficacia.
- Sin plazo de seguridad.
- Apto para agricultura integrada y ecológica.
- Respeta la fauna auxiliar.

Ensayo comparativo de Milagrums Plus con un tratamiento ecológico de otra marca




Con Milagrums Plus

Tratamiento ecológico de otra marca



MILAGRUM PLUS®

Ensayo en cultivo de pepino en Almería - Incidencia de enfermedad

% de Eficacia de los tratamientos referido al % de hojas dañadas por *Pseudoperonospora cubensis* en todo el invernadero (Resultado medio de 4 repeticiones de 25 muestras de hojas cogidas al azar en el invernadero)

PRIMEROS SÍNTOMAS Abril 18, 2011		PRESIÓN MEDIA Mayo 3, 2011		PRESIÓN ELEVADA Mayo 17, 2011	
Milagrums Plus 3,0 ml/l	Producto químico 0,25% v/v	Milagrums Plus 3,0 ml/l	Producto químico 0,25% v/v	Milagrums Plus 3,0 ml/l	Producto químico 0,25% v/v

Ensayo externo realizado por Promo-vert Crop Services S.L. en Cucumis sativus (pepino) en invernadero en Almería 2011




grupo

agrotecnología®

www.agrotecnologia.net

CAMPAÑAS DE IMAGEN DE LAS FRUTAS Y HORTALIZAS

HORTYFRUTA exige el 16% del presupuesto para promoción a tan sólo tres comercializadoras

DE LOS 300.000 EUROS PREVISTOS PARA GASTOS EN LAS CAMPAÑAS, LA INTERPROFESIONAL PIDE 48.000 EUROS A ESTAS EMPRESAS

■ José Esteban Ruiz

La Interprofesional Andaluza de Frutas y Hortalizas exige el pago de 48.000 euros a sólo tres comercializadoras hortofrutícolas para cubrir su presupuesto - 300.000 euros- destinado a las campañas de promoción y defensa de la imagen de las frutas y hortalizas andaluzas. Estas empresas, pertenecientes a ECOHAL, no se encuentran integradas en la organización. No obstante, la normativa regional les faculta para exigir los pagos.

Las empresas integradas en ECOHAL, hasta la fecha, no han pagado ninguna de las facturas que HORTYFRUTA les ha reclamado, ni de la presente, ni correspondientes a campañas anteriores. Esta federación considera, según su gerente, Alfonso Zamora, que "la norma que legisla la obligación de pago está recurrida por ECOHAL y aceptada a trámite por el juzga-



■ Acciones de promoción organizadas por la Interprofesional Andaluza de Frutas y Hortalizas.

do competente, por tanto nosotros esperamos que se resuelva este trámite". La Federación de ECOHAL planteó un recurso a la Extensión de Norma de la Calidad, así como a la que regulaba la promoción de frutas y hortalizas publicada por la Junta de Andalucía, y ambas fueron aceptadas a trámite.

No obstante, la Interprofesional ha demandado esas cantidades a través de la vía judicial a todas las empresas que no han procedido a abonar el importe proporcional que les corresponde. "Si el juez nos obliga a pagar, no nos vamos a negar, pero seguiremos recurriendo lo que desde ECOHAL nos pare-

ce injusto". El próximo 20 de septiembre "se celebra el primer juicio sobre la demanda de pago de HORTYFRUTA de la cuota de hace dos campañas a una empresa ubicada en la provincia de Granada".

En ECOHAL no entienden que desde la Interprofesional insistan

en la baja representatividad con la que cuenta la Federación en el conjunto total de la comercialización hortofrutícola andaluza a la hora de participar dentro de HORTYFRUTA. Y es que, a su entender, es un indicio de que existe un error a la hora de establecer la representatividad cuando, "a tan sólo tres empresas de ECOHAL les correspondería, según sus criterios, pagar el 16% del total del gasto presupuestado para las acciones de Promoción".

El impago de las cuotas para financiar estas campañas iniciadas por la Interprofesional están generando la apertura de expedientes sancionadores por parte de la Junta de Andalucía a todas aquellas empresas que no han abonado la parte exigida. En ellos, se exige el pago íntegro del dinero que, a su vez, está reclamando la Interprofesional por vía judicial. Según Alfonso Zamora, "de esta forma se está reclamando a los empresarios de ECOHAL que paguen doblemente para llevar a cabo estas campañas". Los expedientes sancionadores, explica el gerente de la Federación, "corresponden tanto a la anterior campaña -en algunos casos- como a la 2009-2010".

HIGIENE RURAL

El 7% de los expedientes por suciedad en el campo acaba con una sanción administrativa

■ Isabel Fernández.

Sólo el 7% de los expedientes iniciales abiertos a propietarios de invernaderos en la provincia por incumplir alguno de los preceptos de la Orden de Virosis, que desarrolla la Ley de Sanidad Vegetal, terminó en sanción durante el primer semestre del año. Así lo afirmaron desde la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca, desde donde, además, explicaron que, en ese tiempo, sus equipos de inspección habían realizado unas 1.500 actuaciones que dieron lugar a la apertura de 525 expedientes iniciales. Esta cifra es similar a la del año pasado, que se

cerró con un total de 1.010 expedientes.

En cualquier caso, desde la Delegación Provincial apuntaron que, a diferencia del último ejercicio, el porcentaje de expedientes abiertos que acaba en sanción ha caído ligeramente. De este modo, recordaron que, en 2010, el 15% de los expedientes abiertos terminó en sanción, ya que los agricultores no subsanaron los incumplimientos, mientras que en los seis primeros meses de este año el porcentaje de expedientes sancionadores se ha reducido al 7%, y eso a pesar de que el final del período coincidió con el arranque de cultivos a causa de la crisis des-

atada por la detección de la bacteria 'E. Coli'.

Teniendo en cuenta estos datos, el delegado provincial de Agricultura y Pesca, Juan Deus, valoró el esfuerzo del sector por mejorar la higiene rural de los invernaderos y destacó que, de hecho, "la inmensa mayoría de los propietarios de invernaderos, una vez que reciben la advertencia previa del expediente, suelen realizar una limpieza rápida de la zona, con lo que evitan la sanción". Tanto es así que, en lo que va de año, el 93% de los agricultores almerienses han actuado de este modo, es decir, subsanando las deficiencias antes de dar lugar a una sanción.



■ El 93% de los agricultores evita ensuciar el entorno rural.

EN BREVE

PEPINO
SUBE

A diferencia de como estuvieran los precios a finales del pasado mes de julio, el pepino, en estas semanas, está ofreciendo cotizaciones algo mejores. Así, el mejor es el pepino español que supera los 50 céntimos en su primer corte, mientras que el francés roza los 40 céntimos de euro. El peor situado es el pepino Almería que tiene un empuje de 20 céntimos.

CALABACÍN
SUBE

Los calabacines han bajado algo de precio en los últimos días en comparación con las primeras partidas de esta campaña. El que mejor se encuentra en estos momentos es el convencional que cotiza a unos 45 céntimos de euro el kilo, mientras que el calabacín gordo supera los 40 céntimos en su primer corte.



■ Calabacines. / FHALMERIA

BERENJENA
SUBE

Ésta es una de las hortalizas que mejor precio está registrando en el presente inicio de campaña en la provincia almeriense. De hecho, tanto la berenjena larga como la rayada están cerrando las pizarras por encima de los 80 céntimos de euro el kilo.

PIMIENTO
SUBE

El pimiento, en todas sus variedades, está empujando a buen ritmo. El mejor es el verde italiano que roza el euro el kilo, mientras que el morrón, tanto verde como rojo, roza los 80 céntimos. Por su parte, los California, tanto rojo como amarillo, superan los 75 céntimos y el verde alcanza los 0,65 euros.

JUDIA
SUBE

La judía sigue en su línea y las cotizaciones que están percibiendo sus agricultores son bastante optimistas. Por tipos, la judía stryke está por encima de los dos euros el kilo, mientras que la perona larga supera, en algunas subastas, los dos euros hasta llegar a los 2,25 euros el kilo en su primer corte.

BALANCE DEL VERANO

Los precios de la campaña estival “han sido muy malos en Almería”

■ I. Fernández

“Los veranos son loterías”. Así de claro lo tiene Juan Ruiz, comercial de Frudelia, que lamentó que, el de este año, ha sido “muy malo” para la comercialización de los productos de la provincia. Ruiz comentó que, a finales del mes de julio, calabacín y berenjena aún mantenían buenos precios, entre otras cosas por “el frío que hacía en Europa y que propiciaba que los mercados demandaran este tipo de productos”. Caso bien distinto era el del melón y la sandía. Y es que “claro, con el frío, ni el uno ni la otra se consumen”. Pero si bien es cierto que en julio hubo precios para todos los gustos, también lo es que, en agosto, “todos los precios han sido muy malos”, afirmó Ruiz. A su juicio, “las de mediados

de agosto no han sido fechas para Almería”.

Por su parte, el presidente de ASAJA-Almería, Francisco Vargas, lamentó que el verano “ha sido un desastre” y apuntó que “si en julio hubo unos precios más o menos razonables para algunos productos, se debió a las retiradas de género” producidas tras la ‘crisis del pepino’. Pasado este tiempo, “todos los precios se hundieron”. De hecho, Juan López, comercial de Agroponiente, señaló que tanto pepino como tomate o calabacín no han logrado ser rentables en estos meses de verano. En el caso del pepino, “seguimos pagando los problemas derivados de la crisis de la ‘E. Coli’” y, de hecho, tanto el pepino corto como el francés se han vendido, de media, entre los 0’15 y los 0’20 euros el kilo.

Peor aún ha sido la situación del tomate. Y es que “al ser la mayoría de las plantas viejas, la calidad no ha sido muy buena y, además, Holanda está en campaña”, explicó López, que calificó de “nefasta” la temporada estival de esta hortaliza.

UNA OPCIÓN

Agricultores y comerciales coinciden al afirmar que la producción y la comercialización de verano son, sobre todo, una forma de no perder el contacto con los clientes habituales. Por ello, aunque los precios no sean buenos, son muchas las empresas que mantienen sus puertas abiertas en estas fechas. En este sentido, Manuel Arévalo, director comercial de Nature Choice, apuntó que, normalmente, “pro-



■ El tomate ha sido uno de los productos menos favorecidos. / FHALMERIA

curamos que las ventas de estas fechas se enmarquen en programas de precios fijos para obtener una

mínima renta”, ya que “los precios fuera de programa suelen ser malos”.

TUTA absoluta

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

Hasta...

Defectos en la piel producidos por la Tuta.

...Hoy

TRICHO control

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.

(Trichogramma achaeae)

¡SOLUCIÓN ABSOLUTA!

Agrobío

Más información en: **950 558 220** www.agrobio.es

TERCERA EDICIÓN DE LA FERIA INTERNACIONAL

Fruit Attraction celebrará la Semana de la Verdura para potenciar el sector

LA ORGANIZACIÓN DE LA FERIA APOYA AL SECTOR EN LA PROMOCIÓN DE LOS PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS EN ESTA DIFÍCIL SITUACIÓN

■ CIA

El sector hortofrutícola español está trabajando intensamente para recuperar su prestigio y ratificar la calidad de sus productos, así como la profesionalidad de esta industria. Fruit Attraction, organizada por IFEMA y FEPEX, quiere sumarse al esfuerzo de los profesionales y aprovechar la repercusión mediática de la feria, además de la asistencia al salón de los más prestigiosos representantes del canal de distribución de todo el mundo, para subrayar la competitividad de la oferta española y su excelencia, al mismo tiempo que promueve las oportunidades culinarias de frutas y verduras en el canal HORECA, y su consumo entre la población.

Para ello, Fruit Attraction entre las acciones diseñadas para Fruit Fusión -el área gastronómica de la feria organizado en colaboración con Madrid Fusión-, ha convocado a los restaurantes y hoteles de la capital española para participar en la Semana de la Verdura, un evento que se desarrollará en coincidencia con la semana en que se convoca la feria, del 15 al 23 de octubre. Durante este tiempo, Madrid se convertirá en el mejor lugar para degustar las tapas y platos más exquisitos elaborados con frutas o verduras españolas, gracias a los establecimientos colaboradores que, distribuidos por toda la ciudad, enriquecerán sus propuestas culinarias habituales creando recetas específicas con estos productos. Algunos de estos locales crearán propuestas gastronómicas completas compuestas por desayuno, almuerzo y cena, creando el Menú Fruit Fusion. Asimismo, se elaborará una guía con los establecimientos participantes que se distribuirá entre todos los participantes en la feria.

De este modo, la Semana de la Verdura servirá como campaña de promoción y apoyo al sector español hortofrutícola para divulgar la importancia de introducir en la dieta diaria la cantidad adecuada de frutas y verduras. Al mismo tiempo, la iniciativa pretende devolver el prestigio a los productos del



■ La feria apuesta por fortalecer la imagen de las hortalizas que se cultivan en España. /FHALMERÍA

país ante los profesionales del canal internacional, llegados desde 70 países, que visitan Fruit Attraction, ya que van a encontrarse en cada rincón de la ciudad sabrosas propuestas que les harán apreciar la calidad y variedad de los productos españoles.

La Semana de la Verdura se suma a otras propuestas ideadas por Fruit Attraction para revelar y difundir las infinitas posibilidades que ofrecen los productos hortofrutícolas en la cocina. En este contexto, y junto a Madrid Fusion, se organizan los días de feria y dirigido a los

profesionales del sector, Fruit Fusión, un espacio que contará con un área dedicada a la zumoterapia donde se explicará cómo combinar las frutas y verduras para hacer deliciosas y sanas bebidas, además de explicar los beneficios que aportan.

La distribución internacional estará con el sector en la feria

Fruit Attraction tiene como prioridad de cara a su tercera edición potenciar la presencia de los representantes más relevantes de la compra y la distribución internacional para contribuir a generar nuevas oportunidades comerciales. Con este objetivo, desde la organización del certamen, liderado por IFEMA y FEPEX, y en colaboración con la Cámara de Comercio de Madrid, se refuerza con mayor inversión y esfuerzo el Programa de Compradores Internacionales. Gracias a esta iniciativa se financiará la visita a la feria de cerca de 600 profesionales, entre los que es-



tarán los principales responsables de compra, la distribución e importación, así como los representantes de grandes superficies de más de 65 países de todo el mundo. En definitiva, una demanda de primer nivel a la altura de la oferta que se exhibirá en la Feria donde, junto a la excelencia y competitividad

de los productos hortofrutícolas españoles, podrá conocerse la calidad y variedad de la producción de diversas regiones productoras del mundo, entre otras, Brasil, México, Argentina... por sus complementariedades estacionales y producciones específicas, así como de Francia, Italia, Portugal o Bélgica.

Fruit Fusión también acogerá la I edición del concurso Cocinero Verde, en el que tres escuelas de hostelería competirán para elaborar la mejor receta verde con un ingrediente sorpresa sólo revelado en el momento que inicie el concurso.

Los profesionales disfrutarán, asimismo, de las demostraciones de cocina: unas dedicadas a los postres, y otras a las tapas y probarán los productos en el Green tasting. Fruit Fusión será además el escenario para la entrega del premio al Mejor Plato Vegetal del Año, que reconocerá la receta más exquisita elaborada con productos hortofrutícolas entre varias propuestas recibidas de restaurantes de toda España; y acogerá la segunda edición del Concurso de tallado de frutas y hortalizas.

EUROPA MANDA

El total de visitantes internacionales de la feria que, en la pasada edición creció un 86%, se enriquece con el Programa de Invitados Internacionales que, hasta el momento, cuenta con 533 compradores de 56 nacionalidades confirmados. De ellos, el 79% proceden de Europa, (el 52% de países de la Unión Europea, y el 27% del resto del continente). Entre los europeos, un 12% acuden en una misión comercial inversa, desarrollada por la dirección de Fruit Attraction en colaboración con ICEX, que se ha centrado en atraer a los grandes representantes de la distribución en los países de Europa del Este y Oriente Medio, por su gran potencial importador. En este contexto, ya se ha confirmado la presencia de profesionales de Rusia, Ucrania, Polonia, República Checa, Estonia, Letonia, Lituania, Arabia Saudí, Qatar y Emiratos Árabes Unidos. Además, la feria ha incrementado el número de responsables de la distribución procedentes de Latinoamérica invitados, significando el 9% del total, dado el interés de la producción española para su ámbito de acción por su complementariedad estacional con la región americana.

Entre estos profesionales internacionales que acuden a la feria destacan los pertenecientes al segmento de comercialización, importación y exportación, que suponen el 35% de los representantes de la distribución. Un 29% se dedica a la venta al por mayor o tiene un comercio mayorista, mientras que el 14% son responsables de compra de supermercados e hipermercados. El 22% restante está formado por profesionales de distintos segmentos como la transformación, la logística y otros servicios.

Comarcas

TRAS AÑOS DE ESPERA

El MARM adjudica la redacción del proyecto de desagüe de la Balsa del Sapo sin carácter urgente

LA UNIÓN TEMPORAL DE EMPRESAS A LAS QUE HA ADJUDICADO EL CONTRATO TIENE UN AÑO DE PLAZO MÁXIMO PARA REDACTARLO

■ Rafa Villegas

El Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) ha adjudicado, a través de la Sociedad Estatal Aguas de las Cuencas Mediterráneas (ACUAMED), el contrato de cara a la redacción del proyecto constructivo del futuro desagüe de la Balsa del Sapo, en el núcleo de población ejidense de Las Norias. La adjudicataria ha sido la Unión Temporal de Empresas (UTE) formada por Pycsa Infraestructuras, SL. -Zofre SLP, por un importe de 518.390 euros.

El primer paso importante se dio el pasado 19 de enero, cuando Junta de Andalucía y MARM firmaron, finalmente, el convenio que ha precedido la adjudicación de la redacción del proyecto. Las obras tendrán un coste, según han informado desde el Ministerio, de 40 millones de euros y pretenden ponerle punto y final a los años de inundaciones que han sufrido tanto agricultores como vecinos de las inmediaciones de la Balsa del Sapo.

Con la firma del contrato, la UTE dispone ahora de un plazo



■ Inundaciones en las inmediaciones de la Balsa del Sapo el pasado invierno. / FHALMERÍA

de 12 meses para finalizar el proyecto, así como poner en marcha su tramitación ambiental.

A partir de ahora, el contratista tiene la obligación de planificar, organizar y poner todos los medios necesarios para el desarrollo de un proceso de diálogo con las distintas partes afectadas. Según han asegurado desde el MARM, “este proceso incluye as-

pectos como el diseño consensuado del programa de participación, la determinación previa de los criterios a tener en cuenta para el análisis de alternativas, la propuesta, análisis y diseño, en función de ese proceso de diálogo, de alternativas, y la campaña de información a los ciudadanos”.

Cabe recordar que el humedal de la Balsa del Sapo surgió debi-

COMPROMISO

El Ayuntamiento ejidense exige mayor celeridad a Clara Aguilera

El concejal de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Ayuntamiento de El Ejido, Manuel García Galera, le ha recordado a la consejera de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, Clara Aguilera, la necesidad de que aceleren las obras en la Balsa del Sapo.

Gómez Galera ha recordado que las obras “deberían declararse de emergencia, lo que permitiría que se diera comienzo de inmediato a las obras”. El concejal se ha mostrado preocupado por la llegada de la época de lluvias lo que, a su juicio, “empeorará muchísimo la situación, que ya es de máximo ries-

go”. Ha asegurado, además, que “el drenaje no va a comenzar hasta el mes de marzo y teniendo en cuenta que hasta entonces esperamos un invierno previsiblemente de lluvias, estos agricultores no van a poder iniciar su campaña porque sus fincas están totalmente anegadas”.



■ Firmantes del convenio entre MARM y Junta. / FHALMERÍA

do a las intensas excavaciones que se llevaron a cabo en la zona para obtener arena para los invernaderos. Así, en las zonas más profundas, al ser los niveles del terreno inferiores a los freáticos, el

agua afloró. Ello generó las balsas actuales. Éstas tienen una superficie de 130 hectáreas, un volumen de 9,7 hectómetros cúbicos y una profundidad de hasta 12 metros.

APOYANDO AL SECTOR HORTOFRUTÍCOLA

Koppert revoluciona esta campaña el control biológico en el cultivo de pepino

■ José Esteban Ruiz

La multinacional Koppert acaba de lanzar un nuevo producto que mejora el control biológico de plagas en el cultivo de pepino en invernadero. Desde la empresa manifiestan que “será un año en el que se registre un crecimiento importante en la utilización de fauna auxiliar contra las plagas en este cultivo”. Koppert avala la eficacia de su nuevo sobre de Swirski LD (larga duración), ya que el insecto beneficioso “sale del sobre durante más tiempo, evitando la bajada de actividad después de 3 ó 4 semanas, porque contiene más cantidad de *Amblyseius swirskii*, así como porque el sobre soporta mejor las temperaturas frías del invierno”, argumentan desde Koppert. De esta

forma se evita la colocación de nuevos sobres, que era “la única solución que había para mantener el nivel de actividad de los insectos auxiliares”, explican en Koppert.

Este nuevo formato desarrollado y patentado por el equipo del Departamento de Investigación y Desarrollo de Koppert, “es más rentable”, aseguran. Se venderán al mismo precio que los sobres estándar de *A. swirskii* y “como estamos ante un sobre de larga duración, prácticamente nos podemos olvidar de futuros refuerzos en el cultivo”. Los investigadores recomiendan la colocación de un sobre cada dos plantas.

Con esta solución, Koppert da respuesta al descenso de actividad de la fauna auxiliar tras varias semanas cuando los ácaros

de *A. swirskii* que habían salido del sobre se dispersaban sobre las hojas de la planta y la falta de comida, la aplicación de fungicidas y el frío les generaban una pérdida de efectividad. Ahora, con Swirski LD, explican desde Koppert, “el desarrollo de los ácaros presa en el sobre no se ve afectado y, de este modo, siempre hay comida a disposición del *A. swirskii*”. Al respecto, añaden que “el secreto está en otro tipo de ácaro presa dentro del sobre, totalmente distinto del sobre estándar”. El sistema de producción del *A. swirskii* sobre ese nuevo ácaro presa ha sido investigado, desarrollado y patentado por el equipo de I+D de Koppert.

En estos momentos, señalan de la multinacional ubicada en Almería, el mercado no entiende el



■ En el invernadero, observando la presencia de *swirskii*. / FHALMERÍA

cultivo de pepino sin el uso de control integrado, “ya sea por motivos directos, como es un mejor control de plagas y un ahorro económico por parte del agricultor,

o bien, por indirectos, como la alerta sanitaria que apareció en mayo”, a causa de la injustificada acusación de autoridades alemanas.

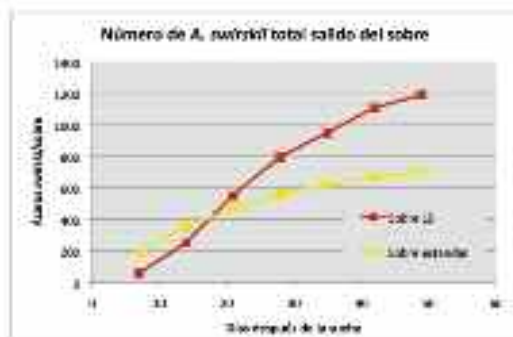
Pepino nuevo, Swirski nuevo.

Koppert reinventa el control biológico en pepino con el nuevo **Swirski de Larga Duración**.

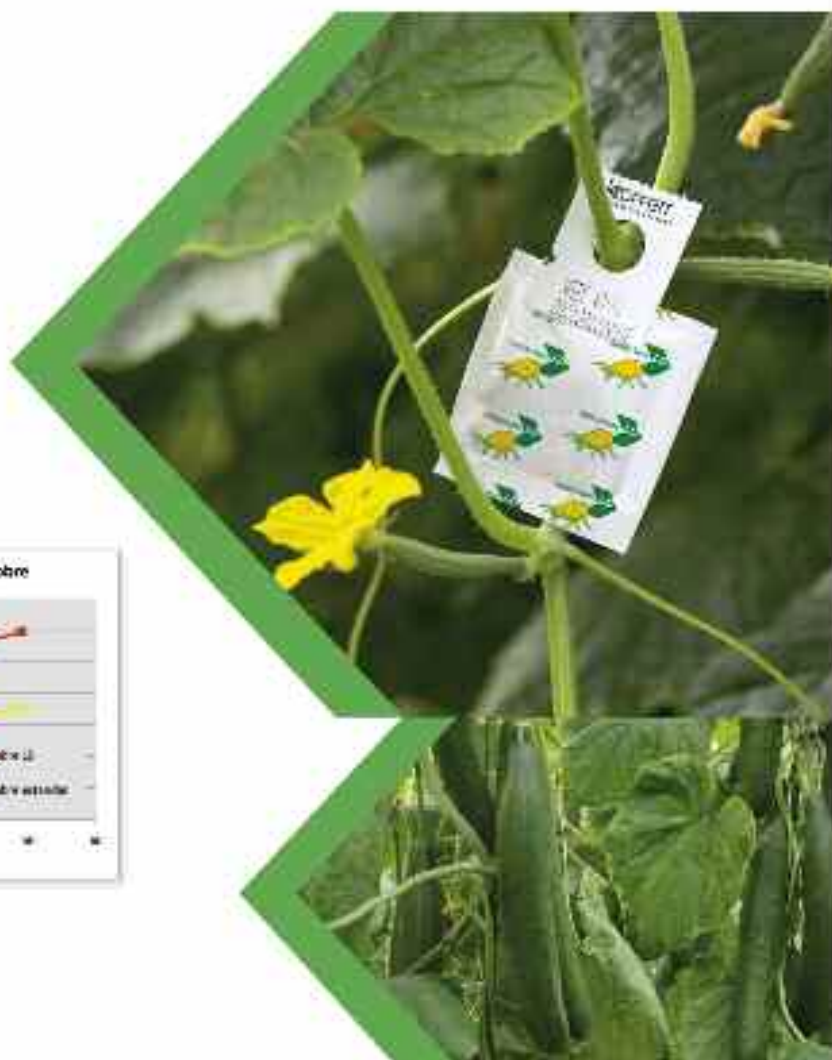
Swirski LD es la respuesta de **eficacia y rentabilidad** para un cultivo de pepino **limpio y seguro...** como gusta a los mercados.

El nuevo **Swirski LD**, desarrollado por Koppert, se reproduce en más de un 50% respecto al anterior; trabaja durante más tiempo y ha sido especialmente diseñado para el frío.

Nuevo **Swirski LD** de Koppert,
Dura más y no cuesta más.



KOPPERT
BIOLOGICAL SYSTEMS



EL EJIDO

El Ayuntamiento estudia alternativas para el arreglo de las vías rurales

EL CONCEJAL DEL RAMO PLANTEA LA POSIBILIDAD DE RENOMBRAR EL CAMINO CON EL NOMBRE DE EMPRESAS QUE AYUDEN A FINANCIAR

■ **Rafa Villegas**

Los problemas económicos que tiene el Ayuntamiento de El Ejido en la actualidad han llevado a su concejal de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente, Manuel Gómez Galera, a estudiar nuevas posibilidades para financiar el necesario arreglo de varios kilómetros de vías rurales del municipio.

Al respecto, el edil ejidense ha asegurado que “se están articulando una serie de mecanismos desde el Ayuntamiento para poder financiar estas obras y para ello se están elaborando unas bases municipales para la regulación de planes especiales de mejora del viario rural, en las que se contempla la financiación con los propios usuarios y donde aparece la figura nueva del ‘Patrocinio sobre denominación de caminos rurales’”.



■ El concejal de Agricultura, Manuel Gómez, en el centro, en el camino rural de La Maleza. / FHALMERÍA

En concreto, la iniciativa consiste en la posibilidad de renombrar las vías rurales con los nombres de las empresas usuarias que asuman, al menos, parte de la financiación de las obras de mejora que se acometan en las mismas. La última palabra la tendrá el Consejo Municipal Agrario, que será el encargado de analizar la propuesta y, en su caso, adoptarla.

Gómez Galera ha lamentado que los caminos se encuentran “en un estado muy deteriorado, por lo que hay que actuar con urgencia”. Además, ha recordado que “prácticamente el cien por cien de las inversiones previstas en el Presupuesto recientemente aprobado se van a destinar al arreglo de caminos rurales”.

El concejal se ha mostrado satisfecho, por otra parte, con las

actuaciones que, con la estrecha colaboración de la Diputación Provincial de Almería y usuarios, se ha llevado a cabo en el camino rural ejidense de La Maleza. Lo ha calificado como “un ejemplo de cómo es posible acometer proyectos en unos momentos tan críticos desde el punto de vista económico del Ayuntamiento de El Ejido, tal y como quedó reflejado en la aprobación del Presu-

El próximo camino a arreglar es el de Las Chozas

A las obras acometidas en caminos de Tierras de Almería, los trabajos de reasfaltado en el camino de La Sardina, así como las mejoras en tramos puntuales del camino de la Estación Experimental de Las Palmerillas y del sector IV del Iryda, hay que sumar las que se llevarán a cabo en el camino de Las Chozas, que se encuentra “muy deteriorado”, como ha asegurado el edil.

Para Gómez Galera, “el mal estado en el que se encuentran los caminos rurales es consecuencia de la dejadez y de la falta de mantenimiento llevada a cabo durante los últimos años”. A su juicio, son necesarios “4 millones de euros para realizar las labores de mantenimiento requeridas”.

puesto de transición que hemos elaborado para poder acabar el ejercicio con un mayor control del gasto”.

DEL 15 DE SEPTIEMBRE AL 15 DE OCTUBRE

El Corte Inglés promocionará productos agroalimentarios almerienses en su centro

■ **R. V. A.**

La Diputación ha llegado a un acuerdo con El Corte Inglés para emprender una campaña donde se pretende poner en valor los productos agroalimentarios, la artesanía, así como los principales puntos turísticos de toda la provincia.

La iniciativa tendrá lugar desde el día 15 de septiembre hasta el 15 de octubre en El Corte Inglés de El Ejido. En concreto, le van a reservar un espacio superior a 300 metros cuadrados y que abarcará todas las comarcas de la provincia.

Al respecto, el diputado de Agricultura, Óscar Liria, ha asegurado que, si bien la campaña ya ha cerrado los detalles para la pro-

moción de productos agroalimentarios y de artesanía almerienses, de la que se beneficiarán más de 60 empresas del sector, “queremos que también estén presentes las empresas turísticas, promocionando su oferta y sus servicios complementarios, así como otras actividades y sectores del ámbito de la cultura y del deporte”.

En concreto, la idea inicial prevé que se destaque la presencia de dos comarcas diferentes cada semana con un programa atractivo para un público potencial. Todo ha surgido a raíz de una reunión mantenida entre Liria, el diputado de Promoción Económica, Amós García y la de Igualdad, Elisa Fernández, con representantes turísticos de la provincia.

CONSTITUCIÓN

El Consejo Municipal Agrario de El Ejido se reunirá cada seis meses

■ **R. V. A.**

El nuevo Consejo Municipal Agrario de El Ejido ya es una realidad. El documento por el que se rige, según ha explicado el concejal de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Ayuntamiento ejidense, Manuel Gómez Galera, se basa “en la necesidad de escuchar la voz del sector agrario para que éste, a través del Ayuntamiento, pueda llegar a los organismos competentes”.

El Consejo Municipal Agrario se reunirá, concretamente, cada seis meses y contará con un total de 25 representantes del sector hortofrutícola de la ciudad ejidense. Así, tendrán voz los representantes de los partidos políticos con representación en la Corporación ejidense, el sector



■ Reunión del alcalde y concejal ejidenses con el sector. / FHALMERÍA

empresarial, industria auxiliar, organizaciones agrarias, comunidades de regantes y demás sectores que operan en la agricultura, desde la producción a la comercialización.

Dos serán los temas estrella que abordará el Consejo, como son la problemática de los residuos agrícolas y, como no podía ser de otra manera, el arreglo de los caminos rurales.

EN APOYO DEL SECTOR

El Consejo Local Agrario de Adra lleva a pleno la defensa de la agricultura

LA MOCIÓN QUE SERÁ SOMETIDA A VOTACIÓN RECOGE LA SOLICITUD DE AYUDAS PARA LAS EMPRESAS AFECTADAS POR LA 'E. COLI'

■ Isabel Fernández

El Consejo Local Agrario de Adra decidió en su última reunión, celebrada a mediados del mes de agosto, elevar al pleno de la corporación municipal una moción en defensa de la agricultura almeriense. Así lo indicaron desde el Consistorio abderitano y explicaron que esta moción recoge, entre otros aspectos, la solicitud de líneas de ayudas para las empresas comercializadoras y los productos de primavera afectados por la 'crisis del pepino' y que han sido excluidos de las indemnizaciones comunitarias.

En esta misma línea, el texto que se someta a votación exige a la Junta de Andalucía y al Gobierno de la Nación una mayor defensa del sector de frutas y hortalizas y de la



■ Consejo Local Agrario celebrado a mediados del mes de agosto. / FHALMERÍA

agricultura almeriense ante los "injustificados ataques" que han sufrido, matiza el Ayuntamiento de Adra en un comunicado. Según indicaron, esto "está agravando la situación de los agricultores que, en la actualidad, están sufriendo una profunda crisis de precios en los

mercados europeos por la falta de confianza, así como la competencia desleal de terceros países".

Por último, la moción vuelve a insistir en la necesidad de emprender campañas de promoción del consumo de frutas y hortalizas que mejoren la imagen de los produc-

tos de la provincia y, a su vez, les devuelvan la confianza depositada por los mercados europeos y los consumidores.

Durante el Consejo también se analizó la situación general del sector, así como la particular de los agricultores abderitanos.

CASA DE OFICIO

Quince jóvenes roqueteros se forman en agricultura

■ I. F. G.

Quince jóvenes de Roquetas de Mar reciben formación teórica y práctica en la Casa de Oficio 'Agricultura para jóvenes' del municipio con el fin de insertarse en un sector clave para la comarca, pero que "requiere de un alto nivel de formación para adecuarse a los retos actuales de la agricultura intensiva", según indicaron desde la Administración autonómica en un comunicado.

En esta Casa de Oficio, promovida por el municipio roquetero y que cuenta con una inversión de la Consejería de Empleo superior a los 200.000 euros, se imparte la especialidad 'Horticultura e instalación de invernaderos', que cuenta con una parte teórica y otra práctica. Con respecto a este último tipo de formación, los alumnos realizaron prácticas en la estación experimental 'Las Palmerillas', de la Fundación Cajamar y, en la actualidad, trabajan en la puesta en marcha de un invernadero.

BALANCE 2010/2011

IGP Tomate La Cañada-Níjar incrementa su producción

EL CLIMA FUE UNO DE LOS FACTORES MÁS DETERMINANTE EN EL BUEN DESARROLLO DEL EJERCICIO, MARCADO, AL FINAL, POR LA 'E. COLI'

■ I. F. G.

La Indicación Geográfica Protegida (I. G. P.) Tomate La Cañada-Níjar aumentó su producción durante la pasada campaña. Así lo afirmó su director de Marketing, Cristóbal Muñoz, que explicó que, en esta ocasión, "no se han producido daños climatológicos en los cultivos y la temperatura ha sido más suave, por lo que se ha favorecido el desarrollo de las plantaciones". Esto, continuó Muñoz, "ha motivado que hayamos tenido más producción que la campaña anterior". En definitiva, "ha sido una buena campaña, pero marcada por la crisis de precios".



■ El tomate sufrió una crisis de precios la pasada campaña. / FHALMERÍA

Y es que, si bien es cierto que las primeras cotizaciones del tomate fueron bastante buenas, también lo es que, a medida que avanzaba el ejercicio, fueron disminuyendo, "concluyendo finalmente con las acusaciones que se han realizado y que han dañado la imagen y el pres-

tigio de todo el sector hortofrutícola español, en general, y almeriense, en particular". Por último, Muñoz afirmó que, en cualquier caso, "las garantías que ofrece un tomate certificado por el Consejo Regulador pueden contribuir a proteger la imagen del producto".

FORMACIÓN

CC OO organiza un curso sobre 'Huertos sociales para el autoconsumo' en el Levante

■ I. F. G.

La organización sindical Comisiones Obreras (CC OO) prevé organizar un curso sobre 'Huertos sociales para el autoconsumo' vinculados a la agroecología en los municipios de Pulpí, Cuevas del Almanzora y Vera. Esta actividad formativa se incluye dentro del amplio programa elaborado por la Federación Agroalimentaria del sindicato y que persigue, sobre todo, la cualificación de los trabajadores.

En este sentido, y con respecto a la demanda de este tipo de formación, Javier Castaño, responsable provincial de Agroalimentaria de CC OO Almería, afirmó que "el trabajador por cuenta ajena de la agricultura está muy concienciado con la necesidad de formarse" y explicó que, en su caso, lo hace "no sólo porque determinados cur-

sos son obligatorios, sino porque eso también le permite subir en el escalafón, pasando de ser un trabajador sin a con cualificación y esto, al final, repercute en el sueldo". Asimismo, apuntó que, más allá de esa formación considerada obligatoria, como puede ser la prevención de riesgos laborales, "procuramos ofrecer una formación mucho más amplia y variada, que dote al trabajador de una cierta versatilidad dentro del sector".

Por otro lado, el responsable provincial de Agroalimentaria de CC OO señaló que, en los últimos tiempos, "son los inmigrantes quienes más demandan formación", ya que "son los más afectados por el paro agrícola". A ellos se destinan cursos de idiomas, por ejemplo, pero también relacionados con todos y cada uno de los oficios vinculados a la agricultura.

PULPI

El PSOE cree prioritaria la plataforma logística

I. F. G.

La secretaria de Organización del PSOE de Pulpí y portavoz del Grupo Municipal Socialista en el Consistorio pulpileno, Ana Cano, instó al Equipo de Gobierno del Partido Popular (PP), a que la plataforma logística del municipio sea “una prioridad” durante su mandato y a que “continúe con el trabajo y con las gestiones realizadas por el anterior Equipo de Gobierno socialista”.

Según afirmó, “desde la oposición vamos a seguir apostando por que este proyecto sea una realidad, ya que es un pilar muy importante en el desarrollo futuro de nuestro pueblo”. En este sentido, Ana Cano recordó que ya durante la realización del estudio previo para la creación de esta plataforma logística, ésta “se ha enfocado en la estructura productiva del municipio, que se basa, fundamentalmente, en el sector agrícola y recoge también el flujo de productos derivados del mármol”.

El proyecto, en la actualidad, está siendo estudiado por el Ministerio de Fomento y la Consejería Obras Públicas.

CRISIS ENDÉMICA

La producción almeriense de almendra descende un 70% en esta campaña

PRIMERO LAS HELADAS Y, LUEGO, LA APARICIÓN DE HONGOS MERMARON LOS FRUTOS QUE, ADEMÁS, TIENEN Poca CALIDAD Y UN MENOR RENDIMIENTO

Isabel Fernández

La producción de almendra de la provincia ha caído un 70%, según la organización agraria UPA-Almería. Y es que, según afirmó su secretaria general, Francisca Iglesias, “la cosecha está siendo apenas un 30% de un año normal”. Entre las causas de esta baja producción se encuentran, por un lado, las heladas producidas en la zona de Los Vélez, que impidieron la correcta floración de los cultivos y, más adelante, la aparición de hongos. Con respecto a este asunto, Iglesias comentó que “los agricultores se han visto obligados a reducir costes y, para ello, aplican a los almendros un tratamiento mínimo, sólo de mantenimiento”.

Junto a esta brusca reducción de la producción, la secretaria general de UPA-Almería apuntó al descenso de los rendimientos del cultivo, a causa, precisamente, de “la mala calidad”. De este modo, explicó que, normalmente, por cada



■ La almendra marcona alcanza precios en los mercados de apenas 3'20 euros el kilo. / FHALMERÍA

kilo de almendra en cáscara se obtienen unos 250 gramos de almendra pepita, sin embargo, en esta campaña, estamos por debajo, incluso, de los 200 gramos”. Los frutos que se han recolectado de momento tienen muy poco peso y algunos, incluso, “se han aborregado”, es decir, “la cáscara de fuera, más gruesa, se ha pegado a la piel de dentro”.

Poca cosecha, bajos rendimientos y, además, “los precios están por los suelos”, lamentó Iglesias. Así, comentó que el kilo de almendra marcona, la de mayor calidad, ronda los 3'20 euros, en pepita, mientras que la almendra común se vende entre 2'50 y 2'60 euros el kilo. Estos precios, teniendo en cuenta los bajos rendimientos que se están obteniendo,

“son muy bajos”, tanto que, “los agricultores ni siquiera van a cubrir costes”.

Iglesias lamentó que “llevamos ya cuatro años en crisis” y criticó que “nadie hace nada”. En este sentido, llamó la atención sobre el aumento de los precios del gasóleo, un insumo “fundamental” y que no ha parado de encarecerse, minando así la renta de los productores.

BALANCE DE CAMPAÑA

Los productores de cereal cierran el ejercicio duplicando el volumen cosechado y sus precios

I. Fernández

La campaña de cereales de la provincia concluyó recientemente y lo hizo con unos resultados más que positivos para unos productores que, años atrás, no han podido más que lamentar pérdidas. En este sentido, Francisca Iglesias, secretaria general de UPA-Almería, afirmó que “la campaña ha terminado muy bien” y, de hecho, comentó que “ha sido excepcional en todos los sentidos”.

En primer lugar, y con respecto a la producción alcanzada, Iglesias apuntó que “ha sido superior a la de un año normal”. De este modo, explicó que, en el caso de la cebada, cultivo que se suele tomar como referencia, “se han alcanzado, incluso, los 3.000 kilos por hectárea,



■ Se han recolectado hasta 3.000 kilos de cebada por hectárea.

cuando lo habitual, en un año normal, es que se alcancen los 1.300 kilos”. Esta cifra, que viene a duplicar la producción de una campaña común, ha sido posible, se-

gún señaló, gracias a la climatología. “Llovió durante la siembra y luego en los meses de abril y mayo, que es cuando tiene que llover” explicó y añadió que, además,

“no hemos tenido problemas de pedrisco”.

Pero si el cultivo fue bien, la recolección no fue mucho peor. En apenas tres semanas, desde mediados de julio a principios de agosto, la campaña en la provincia se dio por concluida. Y es que “la recolección ha ido muy bien”, apuntó Iglesias. Junto a esto, y para cerrar un ejercicio redondo, los precios también acompañaron.

PRECIOS

Esta última campaña no sólo ha sido positiva para los productores de cereal por los volúmenes cosechados, sino también por los precios alcanzados. Así, la máxima responsable de UPA en la provincia afirmó que las cotizaciones tam-

bién “han estado muy por encima de lo normal” y, de hecho, el cereal ha logrado, incluso, duplicar sus precios con respecto a un año normal.

En esas campañas comunes y corrientes, la cebada suele cotizar a unos 0'11 euros el kilo; sin embargo, en esta ocasión, sus precios han estado muy por encima de esa cifra. Así, Iglesias comentó que, a mediados de julio, “la cebada se vendía a unos 0'24 euros”. Entre las causas de estos precios “excepcionales”, apuntó, en primer lugar, a “las malas condiciones climatológicas en otros países europeos productores”, así como al cierre de fronteras a las exportaciones de otros estados.

Con respecto a esta segunda causa, Iglesias explicó que en países como Ucrania o Argentina, dos de los mayores productores de cereal a nivel mundial, sus respectivos gobiernos han decidido cerrar sus fronteras a las exportaciones para “garantizar el abastecimiento local”.

TRADICIÓN

Alboloduy recupera el 'Día de la Vendimia' tras años de ausencia



■ Los vendimiadores inician la 'pisa' de la uva. / Francisco Calvache

DURANTE LA JORNADA, LOS PARTICIPANTES DEGUSTARON UNA SELECCIÓN DE CALDOS Y SE REALIZÓ LA PRIMERA 'PISÁ' OFICIAL DE LA UVA

■ Elena Sánchez

El pasado día 10 de septiembre se celebró en Alboloduy el 'Día de la Vendimia', una actividad tradicional que ha estado ausente durante cuatro años, pero que los participantes en la misma han vuelto a revivir. En este sentido, el presidente de la Diputación de Almería, Gabriel Amat, durante la presentación de este día destacó "la importancia de la recuperación de esta jornada como elemento de promoción del sector vitivinícola ya que el vino es el

único producto que va mejorando y cogiendo solera con el tiempo, y en la provincia contamos ya con grandes caldos que aún no se conocen lo suficiente".

VARIAS ACTIVIDADES

Por su parte, Francisco Calvache, en representación de ASEMPAL, destacó que esta celebración "significa la culminación de todo un año de trabajo y ha estado presente en toda la historia de la vitivinicultura". El 'Día de la Vendimia' se enmarca este año dentro de las actividades en honor al Santo Cristo de la Humildad.

Con todo ello, durante el pasado 10 de septiembre se llevaron a cabo una serie de actos de celebración en la que la se procedió a la bendición de la cose-

cha y posteriormente a la primera 'pisá' oficial de la uva con la que se obtiene el primer mosto de la temporada.

Igualmente, en el transcurso de esta jornada, los participantes también pudieron degustar una selección de los caldos que se producen en la provincia de Almería.

La celebración de este evento se puso en marcha en 1999 como parte del plan de ayuda al sector vitivinícola almeriense impulsado por la Diputación de Almería y desde entonces ha pasado por diversos municipios relacionados con la producción de vinos de la provincia como son Padules, Laujar, Lucainena, Lúcar, Enix y Alcolea, hasta su supresión en 2006, después de su paso por Alboloduy.

FORMACIÓN EN VERANO



Más de 200 personas asisten a los cursos de agroalimentación de CCOO

■ E. S. G.

La Federación Agroalimentaria de CCOO ha realizado un total de siete cursos en la zona del Bajo Almanzora sobre temática de autoempleo y cultura emprendedora, elaboración de productos caseros, cosmética natural o escuela de verano para hijos de trabajadores. En total han participado cerca de 200 personas en unas actividades que han estado financiadas por el Fondo Social Europeo y el Ministerio de Trabajo e Inmigración, a través de los programas Tredar, Temis y Cinética.

Por otra parte, tras la vuelta del verano, la Federación Agroalimentaria de CCOO pondrá en marcha en la comarca otro nuevo conjunto de actividades entre las que destaca la puesta en marcha de 'Huertos Sociales para el Autoconsumo', vinculados a la agroecología en Pulpí, Cuevas del Almanzora y Vera.

El resto de cursos versarán sobre jardinería, agroecología, fertilización, manipulación de carretillas y aplicador de fitosanitarios, elaboración de alimentos artesanales o inglés e informática.

VINO



Bodegas Alto Almanzora recibe la visita del diputado Óscar Liria

El diputado delegado de Agricultura, Óscar Liria, ha visitado las Bodegas Alto Almanzora, ubicadas muy cerca de Lúcar. El diputado acompañó al propietario de las Bodegas, Pedro Franco, por

unas instalaciones que cuentan con 3.000 m2 de planta, equipadas con la más alta tecnología, 600 m2 de cava subterránea y 1.000 m2 de almacén para producto acabado.

CAMPAÑA DE UVA



■ Vendimia tradicional de la provincia almeriense. / FHALMERÍA

El sector vitivinícola de la provincia prevé para esta campaña 2,5 millones de litros

■ Elena Sánchez

El sector vitivinícola de Almería ya está comenzando a trabajar de cara a la nueva campaña y las previsiones y primeras sensaciones de cómo puede salir en cuanto a volumen ya se están dejando notar. En este sentido, el presidente de la Asociación Provincial de Bodegas de ASEMPAL, Marcelo Lázaro, ha comentado que “aunque aún es pronto para saber datos, las previsiones que tenemos es que se espera un volumen de producción parecido al del año pasado, es decir, unos 2,5 millones de litros. Una cifra buena, para la situación de crisis en la que nos encontramos actualmente”.

Igualmente, entre los datos destacados por Marcelo Lázaro se encuentran el que “la uva que más se produce en la provincia almeriense es la pinta (alrededor del 75% del total de la producción), con variedades como la Cabernet y Syrah; mientras que el resto es uva blanca”. Sin embargo, estos primeros datos “no son seguros al cien por cien porque dependen un poco de la climatología y éste es un factor que nosotros no podemos controlar”.

Por su parte, el gerente de la bodega Viñalmanzora, Diego Gea, ha informado que “nosotros vamos a tener este año un 15% menos de producción, es decir, nos iremos a los 28.000 litros, aproximadamente. El motivo es que nuestros viñedos son jóvenes y queremos lograr una mayor calidad de la uva, por lo que les quitamos carga a cada árbol y así logramos más calidad”. En esta empresa se comenzó a recoger uva

blanca a finales del mes de agosto, mientras que a mitad de septiembre “iniciaremos la recogida de la uva pinta, que este año viene unos diez días adelantada”. De hecho, según Diego Gea, “este adelanto es porque en primavera llovió y después entró el calor, por lo que el tiempo ha sido muy constante y la maduración se ha desarrollado muy bien. Además, el hecho de quitarle carga al viñedo, quedándose ahora con 1,5 Kg/2Kg por cepa, también propicia ese adelanto de recogida de uva”.

EN MARCHA

Sin embargo, la que sí ha iniciado ya la vendimia es la Bodega de Alboloduy, cuyo responsable, Francisco Calvache, ha indicado que “empezamos el día 6 de agosto con uva Syrah para la elaboración de rosado, mientras que el pasado día 14 de agosto empezamos con tempranillo para la elaboración de vino tinto”. De hecho, la ventaja de tener parcelas en distintos parajes y a distintas alturas, “nos permite elaborar vino según va madurando la uva, desde primeros de agosto hasta finales de septiembre”.

En cuanto al volumen de producción, Francisco Calvache espera que “este año elaboremos unas 50.000 botellas, que para los tiempos que corren no está nada mal”. Un ejemplo de la evolución es que siguen trabajando en nuevos caldos, como un nuevo vino tinto joven y un espumoso elaborado por el método ‘champenoise’ que no estará disponible hasta finales de 2013.

CIFRAS POSITIVAS

Almería exportó un 20% más de cítricos hasta junio

EN EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO, LAS EMPRESAS DE LA PROVINCIA INGRESARON UN 1% MÁS POR SUS VENTAS AL MERCADO EXTRANJERO

■ J. E. Ruiz

En los primeros seis meses del año los productores de cítricos almerienses consiguieron exportar en volumen un 20% más que en el mismo periodo del año anterior. No obstante, este incremento no fue proporcionado en la facturación, ya que ésta apenas creció un 1%. Por tanto, más kilos de cítricos vendidos en el extranjero casi sin variar los ingresos, por lo que afecta directamente al precio medio al que se comercializó la unidad de producto. En total, según las cifras facilitadas por la Delegación almeriense de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, obtenidos a través del Instituto Español de Comercio Exterior, en el primer semestre del año las comercializadoras almerienses registraron 400 operaciones comerciales en el extranjero con una facturación de 10,5 millones de euros, obtenida gracias al envío de 16.700 toneladas de cítricos.



■ El principal destino de naranjas y limones fue Alemania. / FHALMERÍA

Estas cantidades colocan a Almería como la décima provincia española que más cítricos exporta, a pesar de no alcanzar el 1% de las ventas totales que se hacen al extranjero. Asimismo, según apuntan desde la Delegación de Agricultura, los cítricos ocupan, igualmente, la décima posición de las exportaciones de la provincia en el periodo analizado.

El principal destino del género, fundamentalmente naranjas y li-

mones, fue Alemania. Hasta este país de la Unión Europea se envió el 40% del total, con una facturación superior a los 4 millones de euros. El segundo destino en ventas de cítricos fue Italia, este mercado importó el 18% del producto que comercializaron las empresas almerienses. En tercer lugar se situó Francia, con un 13,6% del total. Otros destinos fueron Holanda, Argelia, Bélgica, Portugal, Dinamarca, Hungría y Reino Unido.

PLAN DE ACTUACIONES

Unos 118 millones, ‘Encamina2’ a mejorar los caminos rurales andaluces

■ I. F. G.

El Consejo de Gobierno andaluz ha aprobado una transferencia a la Agencia de Gestión Agraria y Pesquera de Andalucía (ÁGAPA) de 23’6 millones de euros para la ejecución de actuaciones de mejora de infraestructuras agrarias en la Comunidad Autónoma. Esta inversión se engloba, según explicaron desde la Administración andaluza en un comunicado, en el ‘Plan Encamina2’, que cuenta con un presupuesto total de 118 millones de euros y que persigue realizar inversiones en caminos rurales en los municipios andaluces cuya titularidad corresponda a los ayuntamientos, sin coste alguno para ellos.

Con estas intervenciones, la Junta



■ Caminos rurales. / FHALMERÍA

prevé la mejora de 5.000 kilómetros de caminos rurales andaluces, facilitando así la accesibilidad a las explotaciones agrarias y forestales, a la vez que la mejora de la competitividad y dinamización de unas 600 pequeñas y medianas empresas locales.

Por otro lado, la puesta en mar-

cha de este plan, prevista para este mes de septiembre y que se prolongará hasta marzo, prevé la generación de 250.000 jornales, equivalentes a 1.000 empleos anuales.

El ‘Plan Encamina2’ contribuye, según la Junta, “al cumplimiento del ‘Plan de Desarrollo Rural 2007-2013’, puesto en marcha por la Consejería de Agricultura y Pesca para lograr un medio rural sostenible a través de la creación de infraestructuras relacionadas con la evolución y la adaptación de la agricultura y la silvicultura”. Las actividades agrícola y ganadera andaluzas ocupan en torno al 55% de la superficie de la Comunidad y están consideradas esenciales en la economía de más de 700 municipios; de ahí el interés de la Junta por mejorar sus infraestructuras.

Especial **Inicio de campaña**



Comienza la cosecha 2011-2012

 **DIAMOND SEEDS®**
The art of sowing

TODAS ÉPOCAS Y COLORES

PELADIN

EL ZAR F1 **ALEXANDER F1** **AMALIA F1** **SKANDIA F1**

www.diamondseeds.com

DE NUEVO

La falta de financiación pone contra las cuerdas a más agricultores este año que el anterior



■ Aún hay hectáreas de invernadero sin sembrar tanto en el Poniente almeriense como en la Comarca de Níjar. / FHALMERÍA

LAS ENTIDADES FINANCIERAS HAN CERRADO EL GRIFO Y LOS ALMACENES DE SUMINISTROS ACEPTAN SOLO PAGOS AL CONTADO

■ **Rafa Villegas**

El mes de septiembre señala el comienzo de la campaña hortofrutícola intensiva en el campo almeriense. Cada año cambia la situación de los agricultores y, por lo tanto, cómo afrontan la recta inicial de la misma. Sin embargo, en los últimos años la tendencia ha sido de empeoramiento para la mayoría de los productores. Esta vez, además, como han explicado los responsables de las organizaciones agrarias de la provincia, la financiación está siendo aún más complicada, si cabe, que en el mismo mes de 2010.

Al respecto, el secretario provincial de COAG-Almería, Andrés Góngora, ha asegurado que, incluso, si bien no se habla de la mayoría, “debido a las dificultades para llevar a cabo la financiación que están encontrando los agricultores, a aquellos que han sido in-

capaces de cumplir con sus obligaciones con créditos que pidieron en pasado a corto plazo, están recurriendo a la refinanciación de la deuda”.

Aún así, existen algunos productores que lo están pasando todavía peor. Y es que, como ha lamentado Góngora, “hay casos de agricultores que ya se acogieron a esa posibilidad y tampoco han logrado hacer frente a la nueva deuda, por lo que ni tan siquiera han podido sembrar en esta nueva campaña”.

Respecto a los problemas de financiación, por otra parte, el presidente de ASAJA-Almería, Francisco Vargas, ha asegurado que “la complejidad de la situación se debe a que, literalmente, las entidades financieras han cerrado el grifo”. Las únicas opciones que han dejado abiertas, según ha especificado Vargas, “son pequeños créditos de campaña, personales de pequeña cuantía o créditos a la inversión”.

Con este panorama, Vargas ha asegurado que “hay agricultores que se han visto obligados a pedir dinero a familiares, a la comercializadora de confianza o a terceros”. Para el presidente de ASAJA-Al-

mería, ello tiene dos consecuencias directas, por un lado que “el agricultor lleva a cabo un ajuste económico” y, por otro, y muy negativo, que “al no estar cuantificadas las deudas por el sistema financiero va a ser difícil cuantificarlas en las explotaciones de los productores afectados”.

Otro problema añadido para todos los agricultores es que las empresas de suministros, como las de semillas, plástico o depredadores para la lucha integrada, entre otros, han dejado a un lado la vieja costumbre de fiar los productos hasta, incluso, el final de campaña. Y es que, con el panorama económico que padecen los productores nadie quiere arriesgarse a sumar una lista interminable de impagos que podría llevar a sus empresas, como no podía ser de otra manera, a la ruina. Así, la mayoría de las empresas de suministros sólo aceptan pagos al contado o, como mucho, como ha explicado Francisco Vargas, “mensuales”.

Por otra parte, el comienzo de la campaña también se está caracterizando por una apertura más temprana, respecto a la 2010/2011 de las comercializadoras hortofrutí-



■ Los semilleros ya no le fían al agricultor como antes. / FHALMERÍA

colas de la provincia. Así lo ha asegurado Andrés Góngora, quien ha recordado que “ya hay cantidades apreciables de producción en algunas zonas, como es el caso de Adra, Dalías y Berja, especialmente de pimientos italiano y lamuyo, si bien están iniciando ya también la recolección de los California”. Respecto al precio de este producto, Góngora ha asegurado que “no está mal, pero no se pueden echar las

campanas al vuelo”.

En cuanto al tomate, el otro producto estrella del campo de Almería, Góngora ha destacado que “se ha producido una disminución de la superficie cultivada y, por otra parte, se ha adelantado mucho la campaña con respecto a la 2010/2011, ya que ha vuelto a las fechas de siembra típicas, que coinciden con el final de la Feria de Almería, incluso adelantándose en

ARRANQUE

zonas como Alhama de Almería y Níjar”. No obstante, como ha explicado, “aún no se ha recolectado una cantidad importante de producto y los precios, de momento, son razonables”.

También respecto al tomate se ha pronunciado Francisco Vargas. El presidente de ASAJA-Almería ha asegurado que “es preocupante el adelanto en la plantación que ha llevado a cabo Marruecos, ya que este año ha concluido antes el mes de Ramadán, por lo que hay que ver si se produce una acumulación de tomate y, en ese caso, cómo la absorben los diferentes mercados

de destino”. Además, Vargas ha asegurado que, según un estudio realizado por ASAJA, “el consumo de tomate ha descendido un 5 por ciento”. Finalmente, ha lamentado que, debido a la crisis de la ‘E. coli’, “pese a que se arrancaron las producciones, algunas nuevas se han visto afectadas por la mosca blanca, que ha transmitido virosis en algunas plantas que han tenido que ser arrancadas puntualmente”.

Respecto a otros productos hortícolas, Vargas ha asegurado que “aún no se ha plantado todo el calabacín y si los agricultores plan-

tan más pepino y tomate tardíos habrá menos”. Lo cierto es que, como ha asegurado, “toda Europa ha arrancado ya este producto y Marruecos no ha iniciado aún, así que no hay competencia”. Se prevé un retraso en la siembra de este producto.

Respecto a la berenjena, se estima un descenso de superficie esta campaña del 5 por ciento. Su precio ronda ahora los 70 céntimos, “mayor que el que se registró en septiembre del pasado año”, como ha asegurado el secretario provincial de COAG-Almería.



■ Cultivo de tomates bajo plástico. / FHALMERÍA

El pepino es el producto más impredecible

Si bien para la mayoría de las frutas y hortalizas que se cultivan bajo plástico existen más estimaciones de superficie e incluso posibles volúmenes de producción, no es tan fácil realizarlas para el pepino. Y es que, hasta que sus productores no están a pleno ren-

dimiento y comienza su introducción en los mercados resulta más complicado.

Por el contrario, un aspecto que, una campaña más, va a preocupar poco a los agricultores que se decanten por el pepino va a ser, como ya viene siendo habitual, la competencia con países terceros, que es prácticamente inexistente durante buena parte del año agrícola. Sin embargo, si bien hay momentos en que sólo se produce en Almería y Granada, el precio no es siempre el adecuado.



■ Pepinos. / FHALMERÍA

AGROIRIS

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



www.agroiris.com

fguil@agroiris.com / asalinas@agroiris.com

EL EJIDO: Ctra. Almerimar, s/n. Telf: 950 489075. Fax: 950 481261

ADRA: Puente del Río. Ctra. Nacional 340, km. 3,92. Telf: 950 568587

PRIMEROS COMPASES, CON NORMALIDAD

El tomate de La Cañada vuelve a su fecha habitual de plantación y el cuaje se complica

PESE A TODO, EL NUEVO EJERCICIO SE HA INICIADO CON TOTAL NORMALIDAD EN LA COMARCA MÁS TOMATERA DE TODA LA PROVINCIA ALMERIENSE

■ Isabel Fernández

Los agricultores de la zona de La Cañada han apostado este año por volver a su fecha tradicional de plantación, es decir, entre el 20 y el 25 de agosto, aproximadamente, alejándose así de fechas tan tardías como las de hace una campaña o de otras tan tempranas como las del resto de la provincia, donde ya a mediados de julio había quien estaba plantando. Así lo confirmó Isidoro Carricondo, jefe técnico de Unica Group, que especificó que, en el caso concreto de La Cañada, “hemos vuelto a la fecha típica de la zona”, aunque esto, de momento, ha supuesto algún que otro inconveniente.

En este sentido, Carricondo explicó que “el cuaje está siendo difícil, ya que los abejorros, debido al calor, no polinizan adecuadamente”. En cualquier caso, afirmó que éste no está siendo un problema especialmente grave y, de hecho, “esperamos tener una buena cosecha, entre otras cosas, porque nos hemos ido a nuestra fecha”. El jefe técnico de Unica Group puso de manifiesto, además, la apuesta de su empresa por el control biológico en tomate y destacó que, en esta campaña, “nos hemos decantado por la suelta de *Nesidiocoris tenuis* en el se-



■ La recolección arrancará en el mes de octubre. / FHALMERÍA

millero y, en apenas diez días, está instalado”.

Por su parte, el secretario provincial de COAG-Almería, Andrés Góngora, afirmó que, efectivamente, en La Cañada, a diferencia de otras zonas, “el tomate va este año en su fecha”. Asimismo, y con respecto a los tipos más cultivados, comentó que “se está produciendo una vuelta al tomate convencional” y lamentó que el gran damnificado de este ejercicio va a ser el tomate verde. En este sentido, Góngora recordó que ya durante la campaña pasada “hubo mucho”, sin embargo, los precios no acompañaron. “El tomate verde tiene un consumo muy



■ El tomate verde, el gran damnificado. / FHALMERÍA

reducido, de hecho, normalmente no se exporta” y, en parte por esto, las cotizaciones del año pasado no compensaron a los productores.

BAJOS PRECIOS

En general, el tomate cosechó bajos precios durante el último ejercicio. Tanto es así que sólo al inicio de la campaña las cotizaciones fueron acordes a la inversión del agricultor; desde diciembre en adelante, prácticamente, los precios comenzaron a descender hasta que la crisis desatada por la falsa alerta sanitaria alemana le puso ‘la puntilla’ a esta hortaliza. Pero la crisis de la ‘E. coli’ no sólo se dejó notar en los últimos compases del pasado ejercicio.

De hecho, Francisco Vargas, presidente de ASAJA-Almería, comentó que el inicio de la nueva campaña está siendo un tanto “flojo” y aludió, precisamente, al problema de “los precios de la primavera” como causa de este complicado arranque. Asimismo, se mostró cauto sobre los precios que puedan llegar a percibir los primeros tomates almerienses que lleguen a los mercados. Y es que, al final de sus respectivas campañas, ni Francia ni Holanda, países de referencia para España, lograron los precios esperados, con lo cual, el arranque del ejercicio en la provincia se torna más complicado. Por último, insistió en la conveniencia de campañas de promoción en destino para fomentar el consumo.

PREVISIONES DE CULTIVO

Los semilleros confirman que el pimiento crece de forma exponencial

■ E. Sánchez

El pimiento se ha convertido en esta campaña en el cultivo preferido por los agricultores y, de hecho, desde los semilleros de la provincia confirmaron que, en esta ocasión, ha crecido la demanda de esta hortaliza, en algunas zonas, incluso, de manera casi exagerada. De este modo, Manuel Escuredo, gerente de Semilleros El Plantel, afirmó que

“este año va a haber más pimiento que nunca en el Poniente” y añadió que, de hecho, “se podría decir que va a ser la campaña con más volumen de la historia en lo que a esta hortaliza se refiere”. Tanto es así que todas las empresas consultadas por este periódico coinciden en lo mismo. Por ejemplo, semilleros Crisel está notando un aumento de un 15% de pimiento en sus instalaciones, mientras que en Campo-

ejido ese aumento es del 12%, aproximadamente. Cifras parecidas son las que muestra Cristalplant, cuyo incremento está en torno al 8%.

Las variedades que más han notado esta subida son el pimiento California rojo y amarillo y los lamuyos, mientras que el italiano baja un poco, según datos de Cristalplant. El principal motivo de este aumento de la producción es la campaña equilibrada que mantuvo

dicha hortaliza el año pasado, aunque, sin embargo, para Manuel Escuredo, “creo que esta decisión de ir ahora todos a por pimiento es algo desacertada, ya que, probablemente, el exceso de producto provocará unos precios bajos en ciertos momentos de la campaña”.

OTROS PRODUCTOS

Todo lo contrario le va a pasar al tomate, ya que, según Francisco Escobar, gerente de Cristalplant, “en la zona de Níjar, sobre todo, se ha notado un descenso de un 10 por ciento en la producción, cifra que se ha visto aumentada en el calabacín”. Parece ser que la causa es “que el tomate está sufriendo un par

de campañas con precios muy malos para el agricultor”. Mientras, el gerente de El Plantel ha añadido que “en el Levante también se está viendo un aumento en el injerto de tomate porque los costes son los mismos que en convencional, ya que lo que te ahorras en plantas, lo pagas en el coste adicional que tiene la técnica del injerto”.

Por otro lado, el pepino “está teniendo una respuesta muy fuerte por parte del agricultor y, aunque aún es pronto, las expectativas son buenas y se va a confiar en esta hortaliza como siempre”, afirma Antonio Manzano, gerente de Crisel. Mientras, el único producto que no muestra grandes cambios es la berenjena que se mantiene igual.

PLANIFICACIÓN

Dalías incrementa un 15% la producción temprana de pimiento California

■ Elena Sánchez

La zona productiva de Dalías está en plena acción, ya que es la más temprana de toda la provincia almeriense. Desde hace más de un mes y medise encuentra todo sembrado y el cuaje está yendo sin problemas. El dato más característico de este ejercicio agrícola es que la producción temprana de pimiento California “ha aumentado mucho más que el año pasado, alrededor de un 15 por ciento, según nuestras fuentes”, explica Jerónimo Barranco, responsable de COAG-Dalías. La mayoría de este incremento se va a ver en el pimiento rojo, aunque “el amarillo también ha registrado una mejora en torno al 6 por ciento, aproximadamente”. Este aumento de la producción se ha debido a los

buenos precios que el pimiento registró la pasada campaña, provocando que “el agricultor que puede pagar la semilla de esta hortaliza haya sembrado más que el año pasado. Sin embargo, creo que esto no va a ser bueno porque el número de kilos en el mercado va a ser mayor, por lo que tememos que el precio a recibir por el productor sea más bajo”, comenta José Gabriel Aranda, agricultor de la zona de Dalías.

El pasado ejercicio agrícola, en la zona productiva de Dalías, se registró un 80 por ciento de pimiento, mientras que este año, según Jerónimo Barranco, “vamos a llegar al 95 por ciento de la producción total. Ese 15 por ciento de incremento pertenece al volumen de calabacín que se plantó el año anterior y que en la presente

campaña ha vuelto a ser de pimiento”. Igualmente, se espera que para finales de agosto se empiece con la recolección, es decir, unos 20-25 días antes con respecto a otras campañas, ya que el objetivo es “obtener el mayor número de kilos en estas fechas, puesto que en invierno la planta no da tanto fruto como ahora. Además, con esta acción también se logra tener dinero antes, así como alargar el ciclo de producción un mes más”, indica el agricultor dalicense José Gabriel Aranda.

Otro dato característico es que la berenjena también ha aumentado algo su producción este año, ya que “se ha corrido la voz de que apenas había género y el agricultor que antes tenía calabacín, esta campaña va a trabajar con berenjena”.



■ Pimiento California Rojo en el invernadero. / FHALMERÍA



SERVICIO, CONTINUIDAD,
RELACIÓN CALIDAD-PRECIO

pimiento



peplno



calabacín



melón



sandía



berenjena



tomate



ANECOOP

DESCENSO

El mes de septiembre contará con menos kilos de calabacín que en el mismo periodo del año anterior

EL PRECIO BAJO DE ESTA HORTALIZA EN EL NOVENO MES DE 2010 HA HECHO QUE EL AGRICULTOR SIEMBRE ALGO MÁS TARDÍO ESTE AÑO

■ Elena Sánchez

Comienza la campaña en calabacín y parece ser que esta hortaliza va a contar con menos producción durante el mes de septiembre en comparación con el mismo mes del año pasado, debido a que hay “agricultores que aún no han cultivado y se están esperando a que pasen algunas semanas para que el fruto empiece a recogerse a mediados de octubre, aproximadamente”, asegura Andrés Góngora, secretario provincial de COAG. Lo bueno que se espera para esta campaña en cuanto a calabacín es que “la producción va a ser más pausada, por lo que no creemos que se sature el mercado, lo que será positivo para el precio final. Aún así, esto al final va a depender de cómo se dé, climatológicamente hablando, el próximo mes de octubre, ya que el año pasado fue muy caluroso y la producción aumentó considerablemente”. En cuanto a tema de precios se refiere, éstos aún están siendo algo ba-



■ El aspecto positivo es que se espera que la producción vaya saliendo de manera pausada. / FHALMERIA

jos en los últimos días, es decir, el calabacín está teniendo unas cotizaciones aproximadas de 40 céntimos de euro el kilo, ya que, por ejemplo, “en Italia todavía hay bastante producción propia, al igual que

en otros países como Holanda, lo que repercute negativamente en el producto almeriense, debido a que la oferta aún es mayor”, indica Javier Casares, gerente de la cadena de distribución Villagrow. Aún así,

“en breve estaremos solos, ya que cuando se termine de arrancar en Europa, Marruecos no empezará aún con su cultivo”. La producción de calabacín prevista para este año parece ser que no va a variar mucho

en comparación con la campaña pasada. De hecho, Francisco Vargas, presidente de ASAJA-Almería, explica que “los datos finales van a depender de si el agricultor decide plantar pepino o tomate tardío en detrimento del calabacín”. Lo que sí es cierto es que el volumen de kilos durante el mes de septiembre va a ser menor que en 2010, ya que “muchos agricultores han retrasado el cultivo puesto que en septiembre se paga menos por el calabacín que en otra época del año”, indica Javier Casares, gerente de la cadena de distribución Villagrow.

PLAGAS

El secretario provincial de COAG ha asegurado que “en lo que llevamos de tiempo de cultivo no estamos observando incidencia de plagas, ya que la lucha integrada en esta hortaliza va cada día mejor y los agricultores están trabajando bien en este aspecto. Es más, no creemos que vaya a salir una mala campaña”. De hecho, uno de los factores que han permitido este buen hacer ha sido el tiempo “que ha acompañado bastante y el fruto está saliendo con mucha calidad”, asegura Antonio Ruiz, comercial de Murgiverde.

PRIMERAS CIFRAS

La campaña de berenjena empieza con precios por encima de los 70 céntimos de euro el kilo

■ Elena Sánchez

El inicio de la campaña agrícola 2011-2012 para la berenjena de la provincia almeriense está siendo bastante positiva hasta ahora, ya que sus precios están por encima de los registrados en septiembre del año pasado. Y es que la berenjena larga está registrando en estos últimos días una media de 70 céntimos de euro, mientras que la berenjena rayada supera los 80 céntimos de euro el kilo en la mayoría de las pizarras. Según ha dado a conocer Javier Casares, gerente de la cadena de distribución Villagrow, “en estos momentos ya está faltando producción en países como Holanda o Italia, además de que la calidad del género que les queda



■ Se prevé que la producción de berenjena disminuya. / FHALMERIA

es bastante mala, por lo que tanto el mercado nacional como Francia ya están demandando berenjena a Almería”. De hecho, durante la segunda y la tercera semana de septiembre ya se notó bastante “ese incremento de pedidos, lo que permitió que el agricultor que ha recogido más temprano recibiera mejor precio por su producto”, asegura Casares.

PRODUCCIÓN

Por otro lado, en cuanto a la producción para el presente ejercicio se prevé un 5 por ciento menos de volumen en comparación con la pasada campaña debido a dos motivos fundamentales. El primero de ellos, según Francisco Vargas, presidente de ASAJA-Almería,

es porque “el pasado ejercicio fue bastante malo en precios y el comportamiento de la berenjena en la comercialización no resultó nada bueno. Además, el otro motivo por el que este año habrá menos producción de dicha hortaliza es porque se trata de un producto muy especial y debe de ser tratado de manera más específica, por lo que los agricultores que no lo dominan obtienen menos producción y no les sale apenas rentable, a parte de que hay productores que ya han dejado de trabajarlo por lo mismo”.

POR PIMIENTO

Igualmente, Javier Casares, gerente de la cadena de distribución Villagrow, explica que “son varias las entidades que también han disminuido el número de hectáreas de berenjena en detrimento, sobre todo, del pimiento, una hortaliza que el año pasado estuvo bastante equilibrada y fue más rentable para el productor”.

ESTIMACIONES DE CAMPAÑA

ASAJA prevé una caída de la superficie de pepino del 15% por la 'E. coli'

SEGÚN DATOS DE ESTA ORGANIZACIÓN, EL PRECIO DEL PRODUCTO CAYÓ UN 56% DURANTE EL VERANO, ASÍ COMO TAMBIÉN SU CONSUMO

Isabel Fernández

La organización agraria ASAJA en la provincia prevé un descenso de la superficie de pepino para la próxima campaña, que está a punto de comenzar, del 15%. Así lo afirmó su presidente, Francisco Vargas, quien apuntó directamente a la 'crisis del pepino' como causa de esta caída. En este sentido, Vargas criticó que "Alemania señaló al pepino almeriense como origen de la 'E. coli'" y esto, evidentemente, "tendrá sus consecuencias en la campaña".

La acusación que en mayo pesó sobre el producto almeriense no ha dejado aún de tener repercusiones sobre la comercialización de esta hortaliza. Unas repercusiones que 'han ayudado' a los productores a decantarse por otros cultivos. "Los precios del pepino en verano han sido nefastos", afirmó Vargas, que cifró en un "56% más bajas" las cotizaciones de esta



■ Los precios medios cayeron en la última parte de la pasada campaña debido al bajo consumo. /FHALMERÍA

hortaliza con respecto a otros años. Y es que, en los meses de julio y agosto, tanto el pepino corto como el francés, se han vendido, de media, entre 0'15 y 0'20 euros el kilo, mientras que el pepino tipo Almería, el más exportado, ha alcanzado, en algunas subastas, los

0'30 euros el kilo en el primer corte. A este brusco descenso de los precios hay que sumar, por otro lado, la caída del consumo. Sobre este asunto, el presidente de ASAJA-Almería comentó que, si bien es cierto que en los meses de ve-

rano ha caído el consumo de todas las hortalizas, también lo es que "el mayor descenso se ha producido en el consumo de pepino, que ha caído un 20%, según nuestras estimaciones".

Ante este panorama, no es de extrañar que muchos agricultores hayan optado por reconducir sus plantaciones hacia otros cultivos, aunque, en opinión de Francisco Vargas, ésta es una decisión "muy arriesgada". En cualquier caso, dijo entender que, en última instancia, "es el agricultor el que debe decidir" y añadió que, en este caso, "parece que van a ser muchos los que se decanten por otro producto que no esté señalado".

Salvo "cambios de última hora", como indicó Vargas, la campaña arrancará con una importante merma de la superficie destinada al cultivo de pepino. Ésta es sólo una más de las consecuencias de la crisis provocada por la falsa alerta sanitaria alemana, que apuntó a los productos almerienses como origen del brote de 'E. coli' detectado en este país. Y es que, cuando aún no se han vendido las primeras partidas, las organizaciones agrarias ya mostraron su temor hacia una posible presión a la baja en los precios.

**La mejor selección
para el mercado europeo**

Costa de Almería

H O R T O F R U T I C O L A

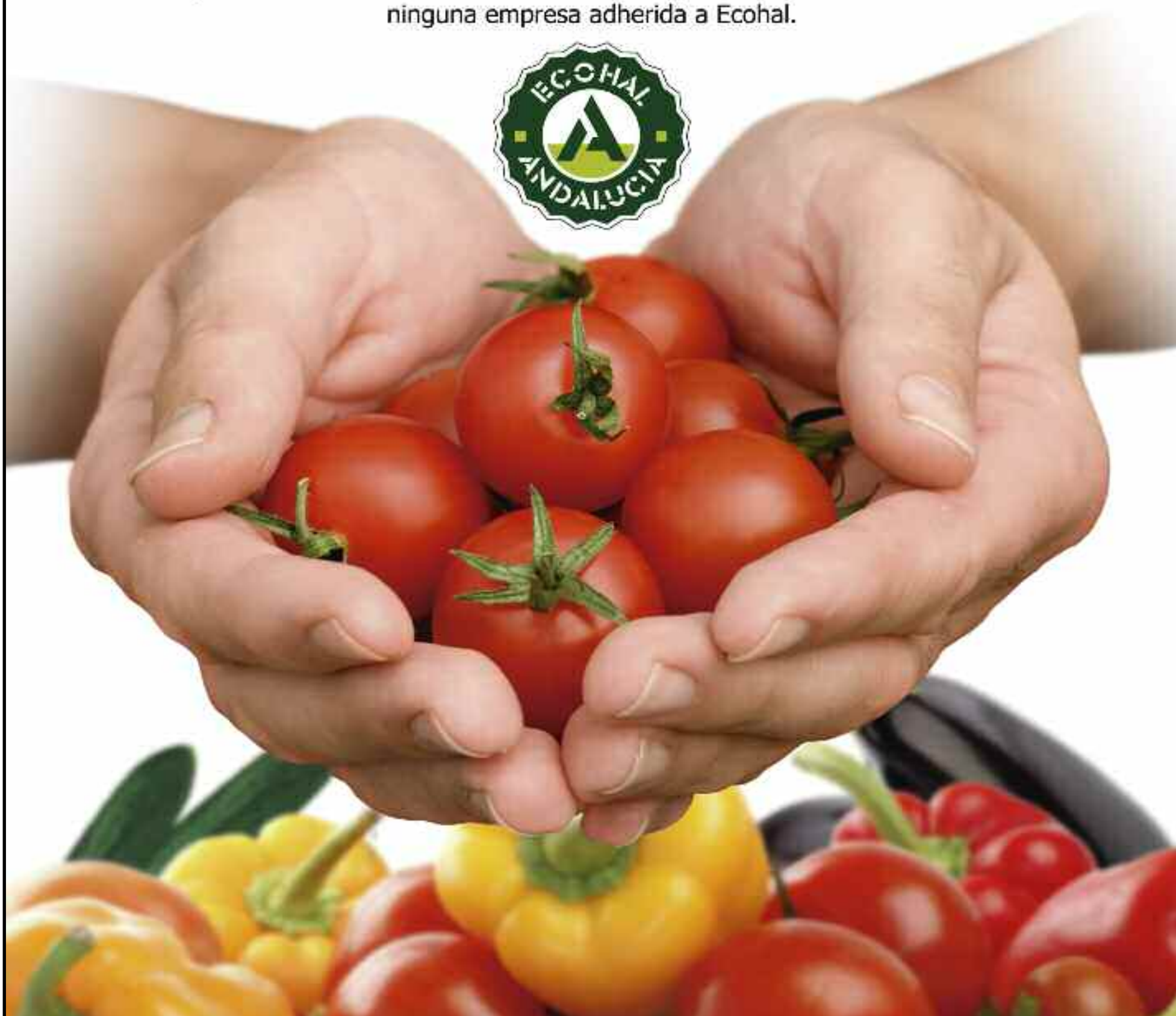
Ctra. de la Mojonera, Km. 3 • Apdo. de Correos 446
04740 Roquetas de Mar • Tlfno: 950 326 232

El futuro está en nuestras manos

Nuestros clientes en Europa esperan mucho de nosotros cada año.
No defraudemos su confianza.

¡Agricultor! No permitamos que nadie quiebre nuestro esfuerzo NO respetando las normas.

- Las empresas comercializadoras están obligadas, por ley, a comunicar a la Administración el uso irregular de fitosanitarios.
- Los infractores no podrán comercializar sus hortalizas en ninguna empresa adherida a Ecohal.



Especial Envases y Embalajes



Imagen para las hortalizas

MODERNIZACIÓN

El campo cambia las grandes cajas por envases más pequeños y más útiles

LA REVOLUCIÓN EN ESTE CAMPO LLEGÓ DE LA MANO DE ECOHAL, QUE OBLIGA A COMERCIALIZAR LOS PRODUCTOS EN ENVASES

■ Rafa Villegas

La evolución del sector hortofrutícola almeriense ha sido espectacular en los últimos decenios. No hay una campaña en la que no se produzcan mejoras, muchas de ellas de relieve, si bien los esfuerzos de los agricultores, desafortunadamente, no se reflejan nunca en los precios que perciben. El sector de los envases y embalajes ha sido, por ejemplo, uno de los que más ha cambiado, dejando los grandes envases del pasado a un lado y comenzando a utilizar otros de menores dimensiones que garantizan una mayor calidad del producto y un manejo más sencillo.

De este modo, en cuanto a los envases para las frutas y hortalizas, la última modernización ha llegado de la mano de la organización de alhondiguistas ECOHAL, que comenzó a exigir en sus comercializadoras a los agricultores que llevaban el género la utilización de unas cajas de menor tamaño y de un solo uso. Ello ha supuesto un incentivo de calidad, ya que la vieja 'trampa' de introducir el género de una calidad inferior en los fondos de las cajas, si bien se trataba de muy poca cantidad, se ha eliminado.

Lo cierto es que así el producto va prácticamente normalizado desde la finca. Ello beneficia también al exportador, que se ahorra



■ Los envases que utilizan los agricultores de las alhóndigas de ECOHAL. /FHALMERÍA

mano de obra para ese fin, además de a las cadenas de distribución que, en algunas ocasiones, optan directamente por dejar los productos envasados tal cual salieron de la finca y colocarlos así en los lineales de sus supermercados.

Mucho ha influido para que se dé este paso, como ha asegurado la gerente de Clisol Agro, Lola Gómez, el hecho de que ya existan certificados que garantizan la calidad e higiene en la finca. Con una seguridad alimentaria garan-

tizada, como ha asegurado, "sí ha sido posible dar este paso".

RECORRIDO HISTÓRICO

El cambio ha sido más drástico, a lo largo de los años, en algunos productos de la rama hortofrutícola que en otros. Así, por ejemplo, Gómez ha recordado "aquellos sacos grandes que utilizábamos para llenarlos de judías verdes o pimientos italianos, que luego había que coser con guita por la noche para su posterior trans-

porte a la alhóndiga correspondiente. Allí, se vaciaba el producto en pilas y luego los compradores se encargaban de escarbar para elegir la partida que se iban a llevar".

Lo cierto es que con esos métodos, como ha asegurado la gerente de Clisol Agro, "no éramos conscientes, pero se estropeaba mucho género, sobre todo el de la parte de abajo del saco, y aunque los agricultores vemos el producto, una vez que se coge de la mata, como mucho 24-48 ho-

ras, hay que tener en cuenta que con cualquier rozadura puede llegar con problemas de pudrición a su destino final". Esto, afortunadamente, "ha quedado atrás gracias a la concienciación del agricultor al respecto", ha argumentado Lola Gómez.

Posteriormente, también se usaron en el campo cajas de madera, incluso los denominados baúles, que eran unas cajas en las que se podían introducir hasta 40 kilogramos de judías verdes o de pimientos italianos, por ejemplo. Lógicamente, se hacía necesario el uso de carros para sacar el género en esos baúles del invernadero y llevarlos hasta la comercializadora.

Finalmente, se ha optado por cajas de plástico de menor tamaño, ya sean las que aún utilizan los agricultores que comercializan sus productos a través de cooperativas o SATs, que son de un tamaño mayor, o, en su defecto, las que están obligados a utilizar los asociados a alhóndigas que pertenecen a ECOHAL. Para algunos productos, incluso, se hacen necesarios ulteriores cuidados por parte del productor. Es el caso, por ejemplo, de los tomates en rama. En este caso, la mayoría de las comercializadoras de la provincia almeriense les exigen a sus agricultores que entre piso y piso de tomates dentro de las cajas introduzcan papel para evitar que la fruta sufra daños y conseguir así que llegue, como lo hace, en las mejores condiciones a su lugar de destino final.

Como en cada cambio, mucho ha tenido que ver la presión de los diferentes mercados de destino de las frutas y hortalizas del campo almeriense. Los productores han sabido adaptarse siempre, no sin sacrificio, a todas las exigencias de sus clientes. Lo que es necesario es que acabe repercutiendo en el precio final que perciben y, de momento, no es así.

El cartón es el envase preferido de las cooperativas y SATs hortícolas

Las primeras fábricas y distribuidoras de envases y embalajes de cartón para frutas y hortalizas comenzaron a implantarse en la provincia de Almería entre las décadas de los '70 y los '80, muy especialmente, como no podía ser de otra manera, en el municipio pionero en el sector hortofrutícola, el de El Ejido.

Aparte de suministrar de envases de cartón a las cooperativas

y SATs hortofrutícolas, las cartoneras también tienen la misión de satisfacer las exigencias de sus clientes respecto al diseño y serigrafía de las cajas.

Lo cierto es que, como bien es sabido, muchas veces los productos conquistan no sólo por su elevada calidad sino también por el atractivo de su diseño. En ocasiones, además, las comercializadoras demandan unas cajas espe-

cíficas para un producto que quieran destacar, como por ejemplo un tipo de melón o sandía específicos. Otras veces, sin embargo, las comercializadoras requieren a las cartoneras pequeños cambios, como puede ser, por ejemplo, la inclusión en el diseño gráfico del envase de cartón de un sello de calidad que hayan conseguido recientemente.

De los envases de cartón, uno de los más demandados tiene unas medidas de 400 x 300 x 200 milímetros y se destina, principalmente, al envasado de pimiento y berenjena.



■ Envases tradicionales. /FHALMERÍA

PROGRESO

Las comercializadoras cada vez dan más importancia al envase que contiene las hortalizas

HAY EMPRESAS QUE ENVÍAN LOS PEDIDOS DE TOMATE RAF A DOMICILIO PRESENTADOS CON ENVASES DE MADERA MUY ATRACTIVOS

Rafa Villegas

La belleza tiene que estar por dentro y por fuera para hacer que algo sea atractivo por completo. Es por ese motivo que las comercializadoras de productos hortofrutícolas de la provincia de Almería llevan años recurriendo no sólo a una fruta u hortaliza de primerísima calidad sino también a unos envases que consigan cautivar a sus importadores.

Hay comercializadoras, por ejemplo, para productos gourmet, como es el caso del tomate Raf, que incluso optan por enviar sus productos en bonitas cajas de madera, tanto cuando los mandan a



■ El tomate Raf es uno de los productos que se envían con mejores presentaciones. / FHALMERIA

domicilio como cuando lo hacen por las vías tradicionales.

OCASIONES ESPECIALES

En ocasiones, además, hay comercializadoras que para darle un peso mayor aún a un producto especial también se decantan por diferenciarlo con un envase personalizado. Es el caso, por ejemplo, de las marcas Bombón, de Agropointe; Bouquet, de Anecoop; y Fashion, del Grupo Fashion.

Por otra parte, finalmente, en ocasiones y fechas especiales también hay comercializadoras hortofrutícolas de la provincia almeriense que le hacen un guiño a sus clientes nacionales e internacionales cambiando sus envases y embalajes y haciéndolos todavía más atractivos. La Navidad es una de las fechas en las que estas empresas utilizan más su argucia para cautivar a sus importadores.

EL EMBALAJE QUE SU PRODUCTO NECESITA ESPECIALISTAS EN EL SECTOR AGRÍCOLA



Smurfit Kappa
Almería

Ctra. de Iryda, Sector IV - La canal, Paraje El Vizconde • 04738 Vícar (Almería) España
Tel.: +34 950 34 15 50 - Fax: +34 950 34 26 13 // E-mail: smurfitkappa.almeria@smurfitkappa.es



CON EL CLIENTE

Plaform publica un compendio de buenas prácticas para un correcto paletizado del envase

EL GRUPO ACABA DE PUBLICAR UNA SERIE DE RECOMENDACIONES DE MONTAJE, PALETIZADO Y CARGA PARA OPTIMIZAR EL USO DEL EMBALAJE

Rafa Villegas

El Comité Técnico del Grupo Plaform ha estado trabajando intensamente para elaborar un compendio de buenas prácticas en materia de montaje, paletizado y carga de los envases de cartón ondulado, con el fin de garantizar la máxima calidad en todo el proceso y optimizar las ventajas del sistema integral de embalaje líder en España.

Estas recomendaciones se refieren a tres ámbitos fundamentales, como son el montaje en máquina del envase, el procedimiento de paletizado y la carga en camión. Para su difusión, están disponibles en un folleto explicativo y resumidos en un cartel y se acompañan de una lista de puntos clave a controlar en los centros de envasado y paletización, que permitirán a los usuarios extraer el máximo rendimiento del proceso integral de embalaje. Para ayudar al envasador, el Grupo Plaform aconseja una serie de acciones, tanto en el momento del montaje, como del paletizado y, finalmente, sobre la carga en el camión.

MONTAJE DEL ENVASE

Respecto a las recomendaciones sobre el montaje en máquinas del envase, desde el Grupo Plaform aseguran que “el montaje de la caja debe quedar escuadrado a 90 grados en las gualderas y testeros”. Además, recuerdan que las solapas u orejetas despegadas “causan deformación de la caja y pérdida de verticalidad en el palet”. Para evitarlo, es necesario respetar el número, posición y separación de cordones de cola y las referencias de cola ‘hot-melt’ recomendadas por el Grupo Plaform, así como ajustar adecuadamente la presión de la inyección y temperatura de la cola en tanque, manguera y pistola.

PALETIZADO

En cuanto al paletizado, respecto a la colocación de las cajas so-

bre la paleta aseguran que ésta “debe ofrecer la mayor base de apoyo posible en los extremos de las cajas. Si éstas sobresalen, producirán deformación en la caja y hundimiento del palet. Es muy importante colocar bien el primer piso de cajas, sin que ninguna sobresalga”.

Aseguran, además, que la posición de apilado de las cajas debe ser completamente alineada. Si se producen desplazamientos, aseguran, “se inclinará el palet porque las cajas acabarán incrustándose unas con otras”.

Respecto al tipo de paletizado recomiendan paletizar siempre con cantoneras y flejes, nunca con malla; mientras que recuerdan que la presión interior de un fruto mal calibrado produce deformación de las cajas y pérdida de verticalidad del palet. Para evitarlo, se-

gún han explicado, “es importante calibrar adecuadamente el fruto, para que no se deforme la caja”. Por otra parte, para evitar, en el momento de la colocación de los flejes y las cantoneras, la deformación de las cajas, es preciso, como han especificado, “utilizar la calidad de cantonera recomendada por Plaform y aplicar la tensión adecuada a los flejes”. El primer fleje debe ir siempre ajustado al tablero base de la paleta y se debe evitar una excesiva tensión del fleje que pueda deformar las cajas y producir la pérdida de verticalidad del palet. Las cantoneras deben respetar, asimismo, las dimensiones mínimas recomendadas por el Grupo Plaform y colocarse siempre cuatro cantoneras, una por cada vértice del palet. Las cantoneras deben, por otra parte, llegar siempre hasta la

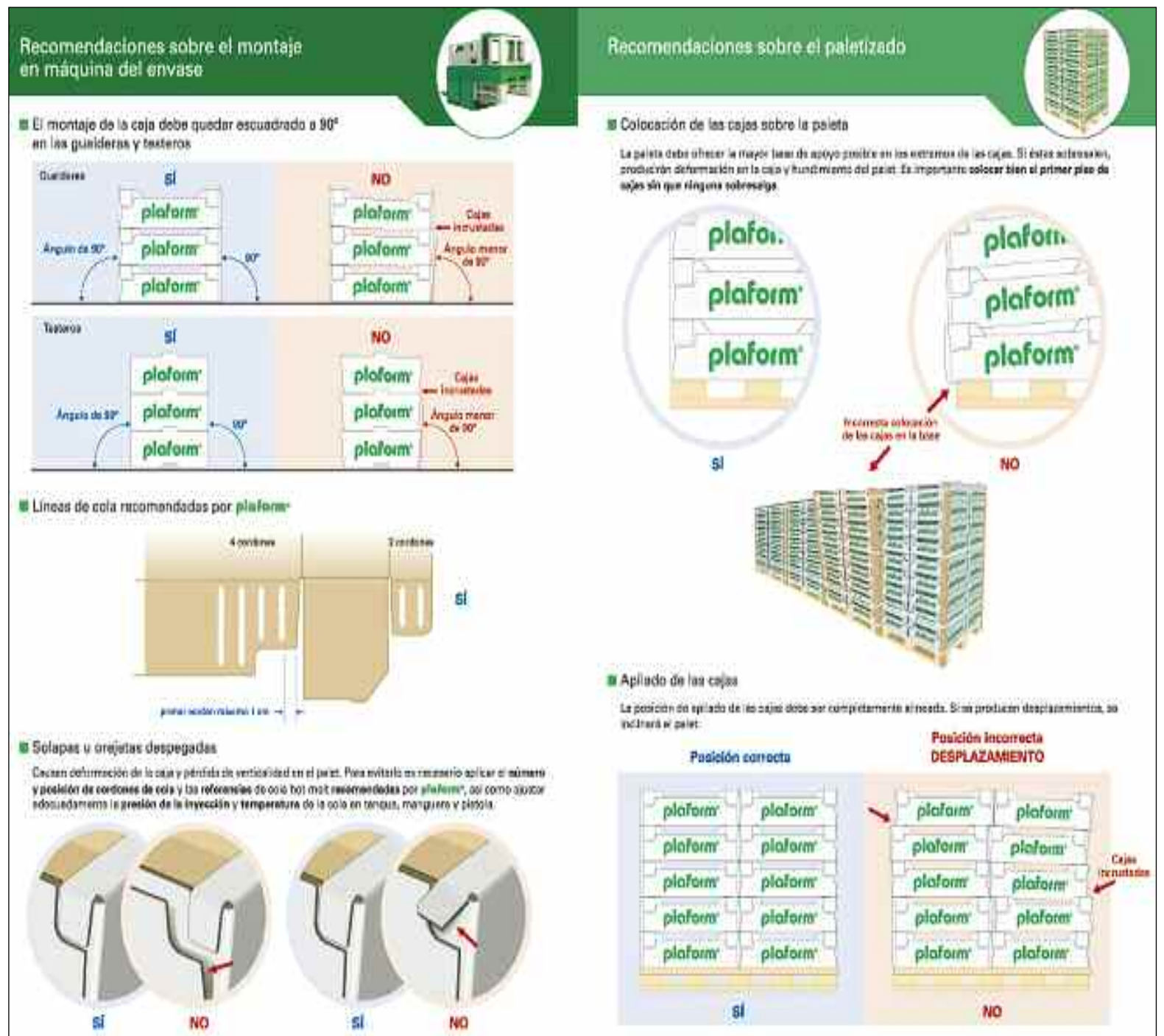
base de la paleta. Del mismo modo, como no podía ser de otra manera, desde el Grupo Plaform advierten que no se debe utilizar nunca una paleta defectuosa. Como ejemplo han asegurado que “no le deben faltar tablas o tener tablas rotas; debe tener todos los tacos, no debe presentar clavos a la vista o faltarle alguno de ellos y, aunque la paleta esté completa, no debe presentar fuerte astillado por el uso”.

CARGA EN EL CAMIÓN

Finalmente, con respecto a las recomendaciones sobre la carga en camión, los responsables técnicos de la marca Plaform aseguran que “es muy importante la colocación de los palets en el interior del mismo porque de ello depende la buena ventilación del

producto”. Además, han explicado que “se deben disponer los palets para que la ventilación entre en dirección perpendicular, a través de las ventanas laterales del envase”. Además, para concluir, los expertos de la marca recuerdan que los orificios de ventilación de la caja deben localizarse de acuerdo con las recomendaciones que hace el propio Grupo Plaform, basadas en las conclusiones de un estudio científico.

Siguiendo esta serie de recomendaciones se garantiza la mayor calidad en todo el proceso, desde el principio hasta el final del proceso de paletizado. Y es que, como bien es sabido, el Grupo Plaform se ha preocupado siempre de que sus clientes obtengan el máximo provecho al sistema integral de embalaje en cartón ondulado.



plaform[®]

líder... *por naturaleza*

Accione la **caja** que acelerará su negocio



Investigación
y desarrollo
tecnológico, las
señas de identidad
de una marca líder
del mercado.



plaform[®]

Sistema integral de embalaje en cartón
ondulado para frutas y hortalizas

C/ Orense, 66, 1ºD - 28020 Madrid · España - T: (+34) 915 711 702 - F: (+34) 915 722 403
www.afco.es | afco@afco.es

INVESTIGACIÓN

Un envase de TECNOVA alarga hasta dos semanas la vida útil del pimiento IV gama

ESTE NUEVO SISTEMA DE ENVASADO ES CAPAZ DE ABSORBER EL EXCESO DE HUMEDAD, AUMENTANDO ASÍ LA CALIDAD DEL PRODUCTO HORTÍCOLA

■ Isabel Fernández

El Área de Tecnologías Postcosecha y Envasado del Centro Tecnológico de la Industria Auxiliar de la Agricultura (APTE-TECNOVA) trabaja en el desarrollo de un nuevo sistema de envasado adaptado a las características del pimiento en IV gama y que permitiría alargar su vida útil hasta las dos semanas.

En este sentido, según explicaron desde el CT almeriense, el nuevo sistema es capaz de absorber el exceso de humedad, aumentando, de este modo, la calidad del pimiento y, sobre todo, haciéndolo más seguro para el consumidor. Del mismo modo, este envase es capaz de evitar la aparición de sabores y aromas extraños como consecuen-



■ Pimiento procesado en IV gama. / FHALMERÍA

cia del crecimiento microbiano, permitiendo la conservación del aroma característico del producto.

Esta línea de investigación hunde sus raíces en el afán del CT

TECNOVA por favorecer el desarrollo del sector agrícola de la provincia, en este caso, a través de la realización de diversos estudios encaminados a facilitar la producción de nuevos productos de IV y V

gama. De este modo, el centro almeriense contribuye también a la diversificación de la oferta provincial, de su industria agroalimentaria y, en última instancia, del consumo.

Con esta línea de investigación, el APTE-TECNOVA abre la puerta a los denominados envases activos, que pueden ofrecer al sector agroindustrial nuevas soluciones de envasado que les permitan comercializar productos ya preparados y saludables y, por lo tanto, cubrir las demandas del consumidor moderno. Precisamente por ello, desde el CT almeriense trabajan no sólo en el desarrollo de este nuevo envase para pimiento en IV gama, sino también en la evaluación de un film adecuado para el envasado de pepino tipo Almería para IV gama o en el estudio de atmósferas protectoras para optimizar el envasado de pimiento IV gama, entre otros proyectos. Con todo ello, el APTE-TECNOVA persigue la resolución de los problemas que, hoy por hoy, atañen al sector hortofrutícola provincial y podrían frenar su desarrollo.

Los productos de IV gama van abriendo mercado, poco a poco, no sólo en España, sino en todo el mundo, debido a la demanda creciente de alimentos fáciles de preparar. Por ello, desde TECNOVA consideran fundamental colaborar con el sector en el desarrollo de este tipo de industria que, a la larga, puede proporcionar un valor añadido a los productos almerienses, diferenciándolos así del resto.

PARA ESTA CAMPAÑA

ECOHAL aumentará el número de envases a 9 millones de unidades

■ Elena Sánchez

Comienza la segunda campaña en la que se están empleando los nuevos envases de ECOHAL, unas cajas que mejoran la imagen del mercado almeriense y además cumplen con las demandas que llevan haciendo desde hace varios años los distintos mercados. Según informa el gerente de ECOHAL, Alfonso Zamora, “el año pasado comenzamos a trabajar con 6 millones de unidades, sin embargo, para esta campaña creo que vamos a aumentar el número y estaremos entre los 8 y 9 millones de cajas”. El motivo de este aumento es porque para este ejercicio también se van a usar los envases en calabacín y berenjena, además del pimiento y la judía, productos con los que se inició dicha andadura. Igualmente, “hay empresas como Agroejido o Agrupaadra que van a exigir el uso obligatorio de estas cajas”, explica Zamora.

Estos nuevos envases se caracterizan, principalmente, por la reducción de su capacidad y por ser un envase no retornable, un requisito solicitado por las fruterías, lo que permite también que la caja pese menos. Al respecto, Zamora indica que “anteriormente, el envase de pimiento lamuyo tenía una capacidad de 18 kilos, mientras que el nuevo se ha reducido hasta los 10 kilos, es decir, casi a la mitad”. Igualmente, otra de las características de este envase para pimiento lamuyo e italiano y para judía es que “tienen dos alturas, por lo que los compradores tienen más fácil la visión del género y, por consiguiente, su elección”.

NO RETORNABLE

Al ser una caja no retornable, se trata de un envase que siempre va a llegar a su destino limpio y nuevo. Según explica el gerente de ECOHAL, “anteriormente, las ca-

jas se empleaban varias veces, por lo que llegaban al mercado sucias y la imagen que daban no era nada buena, sin embargo, este aspecto lo hemos cambiado totalmente y para mejor”. Al respecto, Alfonso Zamora advierte de que “toda aquella subasta que no cumpla con el uso obligatorio de los nuevos envases tendrán sanciones muy duras. En todo momento vamos a estar haciendo auditorías internas en las empresas y quien no cumpla con lo acordado podrían tener una sanción de muchos miles de euros”.

El balance del primer año de uso de estas cajas ha sido “bastante bueno, ya que el agricultor cogió confianza y lo aceptó muy bien y los mercados también, ya que era algo que ellos mismos venían pidiendo desde hace tiempo”. De hecho, otro de los aspectos destacados por Zamora es que “los productos en los que se usó esta caja tuvieron mejores precios y dicho envase algo tuvo que ver, seguro”.



■ Los envases son más pequeños y limpios. / FHALMERÍA

NUEVAS PROPUESTAS PARA EL SECTOR

IFAPA estudia diseñar atmósferas de conservación adecuadas a las hortalizas

EL FIN ES MANTENER LAS CARACTERÍSTICAS SENSORIALES, NUTRICIONALES Y DE SEGURIDAD ALIMENTARIA DEL PRODUCTO FRESCO

CIA

El Grupo de Investigación en Poscosecha y Conservación de Frutas y Hortalizas formado por Rafael Font, Irene Domínguez, Alicia Fayos, Teresa Blanco y Antonio Pérez-Vicente, con sede en el IFAPA Centro La Mojonera, dependiente de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, cuenta entre sus líneas principales de investigación y transferencia la caracterización y diseño de atmósferas de conservación adecuadas a las distintas frutas y hortalizas producidas en Almería. Estas investigaciones, según Rafael Font, investigador responsable del Grupo de Investigación en Poscosecha y Conservación de Frutas y Hortalizas, “se encuadran en las líneas estratégicas de actuación del IFAPA para los próximos años, en los que el desarrollo de alimentos de IV y V gamas son prioridad en las investigaciones del IFAPA”. En la actualidad, este grupo de investigación lidera distintos proyectos en este campo de trabajo financiados por INIA, fondos FEDER, FSE e IFAPA.

En la determinación de las condiciones ambientales óptimas de conservación de frutas y hortalizas mínimamente procesadas y en fresco radica, en gran medida, el éxito de mantener las características sensoriales, nutricionales y de seguridad alimentaria del producto fresco desde el envasado hasta el momento de su comercialización y consumo.

ATMÓSFERA MODIFICADA

El uso de atmósferas modificadas activas y pasivas, o el desarrollo de envases activos figuran entre las estrategias que este grupo de investigación viene estudiando, con el objetivo de dar propuestas al sector hortofrutícola almeriense en particular y al andaluz en general.

En relación con el envasado activo, “siendo conscientes de las li-

mitaciones técnicas (poca resistencia mecánica, poca transparencia, baja permeabilidad, etc.) de los escasos plásticos absorbentes de etileno existentes en el mercado, desde el grupo se ha planteado el empleo de distintos sólidos microporosos que puedan ser incorporados en el film polimérico”.

Esta investigación está basada en la síntesis y modificación de distintos materiales. Se prevé que la modificación de sus características químicas conlleve a un aumento de la selectividad hacia la molécula de etileno y por tanto, capacidad de absorción de este gas. Así, Rafael Font explica que “una vez seleccionados los sólidos con mayor capacidad de absorción serán introducidos en el film polimérico con la colaboración del grupo de envases del IATA (Instituto de Agroquímica y Tecnología de Alimentos, CSIC). Tanto la capacidad de absorción de los distintos materiales como los ensayos de envasado se están llevando a cabo con muestras de tomate de nuestra provincia en las instalaciones del Centro IFAPA La Mojonera”.

La determinación de las condiciones de envasado como son las atmósferas a alcanzar en el equilibrio en el interior del envase, la elección de un plástico con las características de permeabilidad y resistencia mecánica adecuadas, así como las temperaturas y humedades que optimicen la vida útil del producto han de ser determinadas a partir de experimentaciones que contemplen las distintas variables que afectan a los procesos fisiológicos y microbiológicos del producto y su flora asociada.

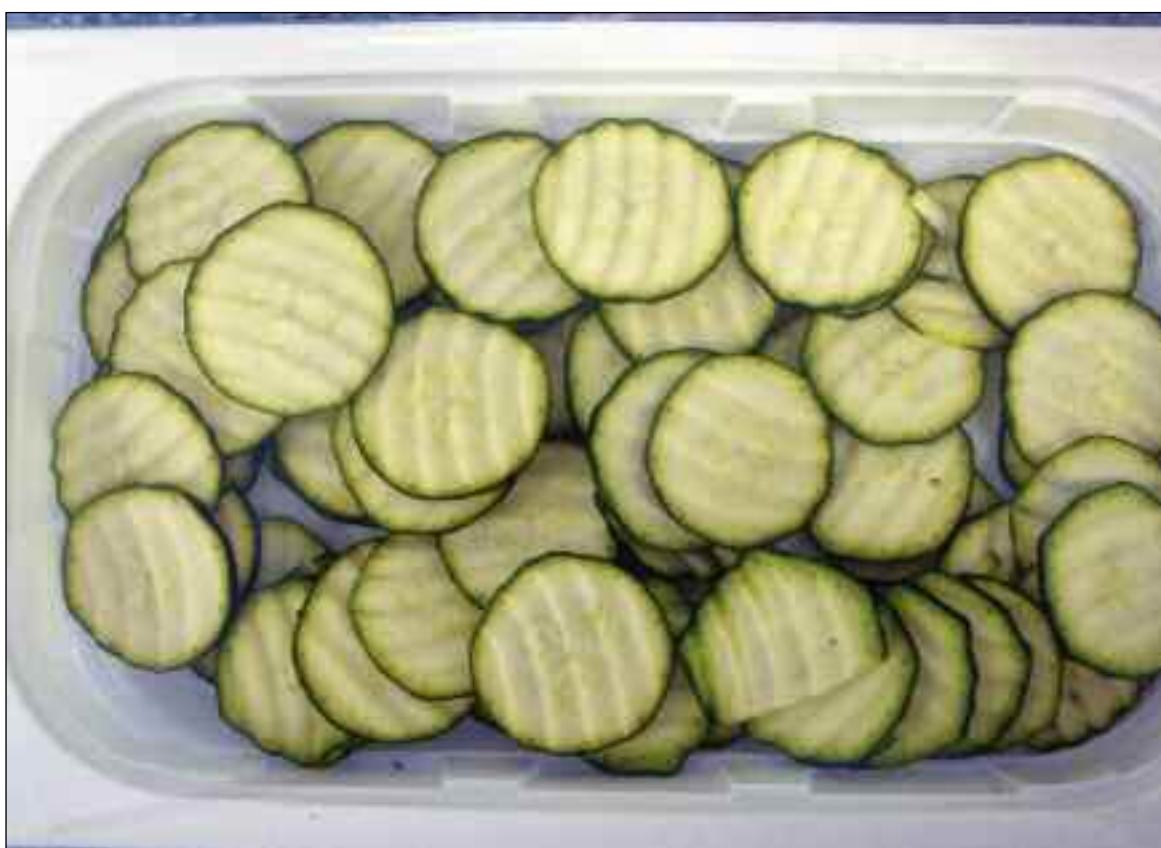
Si bien las variables “poscosecha” como la naturaleza e intensidad del procesado y tratamientos higienizantes, o las condiciones de envasado y conservación como el uso de atmósferas y absorbentes de etileno, determinarán en gran medida la vida útil del producto envasado, no son estas las únicas a tener en cuenta.

VARIABLES PRECOSECHA

Así, desde el Grupo de Investigación se aborda también el estudio de la influencia de distintas variables “precosecha” en la con-



■ Rafael Font junto a la consejera de Agricultura y Pesca, Clara Aguilera. /IFAPA



■ El calabacín es uno de los productos empleados en este proyecto. /IFAPA

servación y vida útil del producto transformado. Así, la variedad de hortaliza utilizada, el estado de madurez en el momento de la recolección o distintas prácticas culturales son también estudiadas para poder transferir este conocimiento al sector. Estas líneas de

investigación y transferencia son financiadas por los proyectos: 1.- ‘Estudio del potencial de variedades de calabacín cultivadas en Almería para su transformación a un producto IV gama’. RTA2009-00036-00-00. Ministerio de Ciencia e Innovación-INIA; 2.- ‘Tec-

nología de conservación de frutas y hortalizas mínimamente procesadas (IV gama)’. Proyecto Estratégico del IFAPA; 3.- ‘Desarrollo de diferentes técnicas y productos agroalimentarios de origen vegetal’. Proyecto TRANSFORMA del IFAPA.

BUENA PRÁCTICAS

El sector del envase de madera busca mejoras en los sistemas de trazabilidad

FEDEMCO ORGANIZÓ UNA JORNADA PARA TRATAR EL AVANCE HACIA UNA MAYOR AUTOMATIZACIÓN E INTEGRACIÓN DE LOS PROCESOS DE REGISTRO

■ CIA

Con el apoyo de los Fondos FEDER, dentro del Programa Operativo, gestionado por el IMPIVA, FEDEMCO ha organizado la Jornada 'Implantación y Mejora de los Sistemas de Trazabilidad Alimentaria'. La iniciativa reunió en Instituto Tecnológico de Mueble, Madera, Embalaje y Afines (AIDIMA) a un grupo de profesionales del sector del envase, embalaje, palet, y tablero contrachapado.

Fernando Trénor, Director de FEDEMCO, presentó la Jornada, destacando que el grado de avance en el sector en la implantación de sistemas de trazabilidad dentro del objetivo de las buenas prácticas de fabricación e higiene, y también en el marco del cumplimiento de la normativa fitosanitaria NIMF-15, todavía plantea posibilidades de mejora en cuanto a su automatización.



■ Durante la jornada organizada por FEDEMCO.

Juan del Agua, Técnico del Departamento de Embalaje y Transporte de Mercancías de AIDIMA, expuso los principios de la trazabilidad en el sector alimentario, destacando aspectos como la responsabilidad de la cadena y algunos ejemplos recientes de alertas alimentarias en Europa donde la trazabilidad ha sido un factor clave.

Del Agua, también a través de la participación activa de los asistentes y el apoyo de Miguel Ángel Nadal, técnico del Departamento de Formación y Desarrollo de los Recursos Humanos de AIDIMA, puso en evidencia la casuística del sector del envase y embalaje de madera y sus componentes, respecto a los requisitos de un sistema de trazabili-

dad, así como los posibles escenarios de partida para la mejora de la implantación del sistema de trazabilidad.

Se destacó además la necesidad de ofrecer confianza y fiabilidad al envasador, y que el cumplimiento de esta obligación legal tanto aguas arriba como aguas abajo en la cadena plantea otros beneficios en las diferen-

tes áreas de gestión de la empresa a partir de una mayor fiabilidad y automatización del sistema de información y registro.

La Jornada también contó con la participación de la empresa SAGE, a través del director de su Delegación en Valencia, Salvador Giner, y de Benjamín Castelló, consultor funcional, que desarrollaron una presentación sobre soluciones tecnológicas para la trazabilidad, dentro del ERP estándar de SAGE Murano que destaca por su modularidad orientada a PYME. Vicente León, técnico del Departamento de Tecnología y Logística de Procesos de AIDIMA, también presentó el ERP GdP sectorial desarrollado por el Instituto. Ambas soluciones destacan por ofrecer seguridad en la gestión de información a tiempo real.

Por último, Juan del Agua, desarrolló un plan de implantación de un sistema de trazabilidad en el sector, para lo que se apoyó en la experiencia de AIDIMA en la implantación reciente de un sistema de trazabilidad en diversas empresas del sector, y las conclusiones más destacables de la iniciativa presentada.

Fernando Trénor, en la clausura de la jornada, destacó el interés y participación suscitado entre los asistentes, y emplazándoles a seguir tomando parte en la siguiente Jornada que organiza FEDEMCO sobre sistemas de gestión de la seguridad alimentaria a cargo de Bureau Verita.

ENVASES EXCLUSIVOS

Las empresas hortofrutícolas ofrecen formatos adaptados para los 'pequeños' consumidores

■ Elena Sánchez

La mayoría de las empresas agrícolas de la provincia de Almería han optado por modificar parte de su producción y adaptar los envases para que sean más atractivos para el consumidor infantil. Sin embargo, las entidades de frutas y hortalizas no son las únicas que se han sumado a esta buena iniciativa, ya que firmas como Castillo de Tabernas, con aceite de oliva elaborado para uso exclusivo de bebés y niños pequeños, también están apostando por inculcar estos alimentos a los más pequeños de la casa. En este sentido, Unica Group es una de las firmas que están apostando por este hecho. Y es que su gerente, Enrique de los Ríos, informa de que "nosotros tenemos



■ Tarritas y bolsitas de cherrys.

dos líneas básicas en estos momentos. La primera, especialidades de tomate en envase pequeño de 125 gramos en dosis pensadas para los niños. Mientras, la otra línea que tenemos es con nuestra marca Gigante, con la que elaboraremos monodosis de frutas y hortalizas para su consumo en escuelas".

Igualmente, Enrique de los Ríos explica que "según varios estudios que hemos realizado, hace mucha falta mejorar los envases específicos para el consumo infantil, así como el marketing. De hecho, creemos que si en 10-15 años no hemos logrado transferir los hábitos saludables a los niños vamos a tener un problema, ya que se van a pasar a productos menos aconsejables para la salud".

Por su parte, Grupo Caparrós también lleva un par de años apostando por nuevos formatos para lograr que los más pequeños se animen a consumir frutas y hortalizas tanto en el colegio como en sus casas. Por este motivo, Mari Carmen Luque, responsable de Recursos Humanos de Caparrós, comenta la importan-

cia de "concienciar a los menores de una alimentación sana, ya que cada vez hay más casos de obesidad infantil y de problemas de colesterol por la ingesta de bollos y azúcares. De hecho, desde Caparrós llevamos dos campañas con la promoción de cestitas decoradas con dibujos animados y dentro llevan tomate cherry pera. Por ahora la distribución es nacional y tenemos la intención de que los colegios las soliciten en un futuro para sus comedores escolares". La pasada campaña Grupo Caparrós ha producido un total de 100.000 cestitas, un número mayor "que el del año anterior. Su tamaño es de 200 gramos y, a veces, también añadimos confitura de tomate, pimiento, calabacín o berenjena, otra forma distinta de que los pequeños con-

suman estos productos y les llame más la atención por su dulce sabor".

Es cierto que el público infantil es más complicado de conquistar por el mero hecho de que existe un distanciamiento importante con las frutas y hortalizas. Por eso es necesario elaborar envases llamativos, con muñecos, colores y formas que provoquen una mayor atención por parte de los pequeños. Otras empresas que también están por la labor son Canalex, Ferva, Agromullor o Nature Choice. Esta última, según su director comercial, Manuel Arévalo, también está introduciendo nuevas formas de consumo. "Estamos desarrollando una nueva línea de pepinos que se recolectan con 30 gramos de media, en vez de con 300. Así, hemos diseñado tarrinas con un dibujo tipo cómic en las que sale un niño sentado en un columpio que tiene forma de pepino". En países como Dinamarca está siendo muy consumido por los niños y la empresa Acrena lo está introduciendo en el mercado nacional.

Noticias

EN MURCIA

Agrotecnología presenta 'Milagrums Plus', un producto que activa las defensas de la planta

EL PROFESOR JUAN MARTÍNEZ TOMÉ ILUSTRÓ A LOS TÉCNICOS DE MURCIA SOBRE ESTE PRODUCTO QUE ACTÚA CONTRA EL MILDIO

José Antonio Gutiérrez

El Grupo Agrotecnología desarrolló el pasado 15 de septiembre en Murcia una jornada técnica donde presentó su producto 'Milagrums Plus' contra el mildiu. Es un producto natural con carácter fitofortificante, preventivo-curativo, para el tratamiento de este hongo en hortícolas. Se puede usar preventivamente al inicio de la enfermedad y mantiene durante todo el ciclo de la planta una elevada eficacia y sin plazo de seguridad. Se usa para la agricultura integrada y la ecológica y, finalmente, entra en esa gama de productos que respetan la fauna auxiliar.

Un centenar de técnicos asistieron al acto que tuvo lugar en el Hotel Nelva de Murcia, en el que Juan Martínez Tomé, profesor de producción vegetal y microbiología, de la Universidad Miguel Hernández, habló de los ensayos que habían dado lugar a la creación de este producto para combatir el mildiu que tanto daño hace a cultivos de pepino, fundamentalmente.

AUTODEFENSA NATURAL

El gran secreto de este producto es que actúa como generador de autodefensas naturales con la estimulación de elicitores en las plantas, que les confieren una gran eficacia frente al ataque del mildiu. A lo largo de la conferencia técnica se ofrecieron muchos datos sobre esta forma de defenderse que tienen las plantas (estimulación preventiva ante posibles enfermedades).

Antes de la intervención del profesor, Enrique Riquelme, director de Marketing y Expansión del Grupo Agrotecnología, presentó la empresa y comentó que, "desde hace unos años, en esta entidad, nos propusimos crear productos para el desarrollo de la agricultura, me-

dante la mejora del sector agrícola con la confirmación de una línea de productos innovadores que aportan eficacia e inocuidad". Asimismo comentó que "estamos presentes en 15 países y tenemos dos filiales en Sudamérica (Chile) y América Central (México)". Riquelme comentó los planes de expansión y trabajo de la empresa basada en "la integridad, compromiso, transparencia, tecnología, sostenibilidad, calidad y orientación al cliente."

Al acto asistieron técnicos de la zona que conocieron el producto gracias a la presentación del profesor Martínez Tomé, quien en el inicio de su intervención comentó cómo se desarrollan las enfermedades y añadió que "éstas cambian lo mismo que cambian las plantas. Es necesario que la planta sea susceptible de tener esa enfermedad y que el patógeno sea virulento para la plantación".

José Martínez explicó, con todo lujo de detalles, la fórmula empleada para que este producto dé el resultado esperado. La resistencia inducida es la maniobra natural elegida. Se trata de provocar los mecanismos de autodefensa antes de que padezca el ataque de la enfermedad. El profesor de la universidad Miguel Hernández de Elche, presentó una serie de ensayos sobre pepino y lechuga y demostró, con los datos de estos análisis, la necesidad de aplicar este producto como método preventivo para evitar la presencia de la enfermedad. Explicó las diferentes fases en las que se puede aplicar, pero los mejores resultados se obtuvieron cuando se empleó de forma preventiva estimulando a la planta para la defensa de la enfermedad.

Asimismo, dio una breve explicación de cómo se ha creado esta materia y comentó que "este producto se hace con levaduras, ácidos grasos y bacterias que se someten a fermentación aeróbica y dan como resultado este producto".

Al acto fue invitado Francisco José González Zapater, jefe de Servicio de Sanidad Vegetal de la Consejería de Agricultura y Agua de la



■ Profesor Juan Martínez Tomé en la presentación de 'Milagrums Plus' a los técnicos murcianos. / FHALMERÍA

Región de Murcia, quien valoró positivamente "los esfuerzos realizados por Agrotecnología para dar a la agricultura herramientas para conseguir productos sanos y saludables".

Zapater comentó que "desde la Consejería de Agricultura se están haciendo acciones que le dan continuidad a este tipo de investigaciones. De hecho hay un programa que se denomina 'Murcia Agricultura Limpia' que promueve el empleo de fitosanitarios limpios para tener una producción sana".

PRÁCTICAS SALUDABLES

En relación con el futuro de la agricultura de Murcia añadió que "no hay vuelta atrás con las prácticas saludables y con todo aquello que nos permita ofrecerle a los mercados productos sanos y saludables. No sé cómo puede ser el futuro de la agricultura, lo que sí es es que ya no volvemos a agriculturas anteriores".

Para concluir comentó que "nues-



■ Un técnico viendo las características de Milagrums plus. / FHALMERÍA

tro servicio se ve condicionado por el actual sistema de globalización que permite una apertura demasiado amplia a productos de muchas

y variadas procedencias y eso favorece la circulación de plagas y enfermedades a las que hay que hacer frente continuamente".

FRUIT ATTRACTION 2011

Semillas Fitó presentará sus novedades en semillas hortícolas en la feria internacional

LA EMPRESA APUESTA FIRMEMENTE POR LA INTERNACIONALIZACIÓN PERO MANTENIENDO LA CERCANÍA CON TÉCNICOS Y AGRICULTORES

■ CIA

Semillas Fitó va a participar por primera vez en la feria internacional Fruit Attraction 2011, que reunirá en Madrid del 19 al 21 de octubre a los principales actores del sector de frutas y hortalizas a nivel nacional e internacional. Semillas Fitó montará un stand en el pabellón 9 de la Feria (stand número 9F11A) con la imagen de la empresa y desde donde trasladará a los visitantes sus valores corporativos: una empresa multinacional, que apuesta claramente por la internacionalización, pero que mantiene la proximidad a agricultores y técnicos, que apuesta decididamente por la I+D+i y con una experiencia de más de 130 años trabajando en el sector.

Semillas Fitó ha decidido apostar por esta tercera edición de Fruit Attraction, ya que el evento se ha consolidado claramente como un referente en el sector hortícola nacional y, además, ha obtenido este año la calificación de 'Feria Internacional', que concede el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, aumentando la presencia de expositores extranjeros. En este sentido, los objetivos de la Feria coinciden con la estrategia de internacionalización que desarrolla Semillas Fitó desde hace más de una década y que ha conseguido que la compañía ya facture en 2011 más del 50% de



■ El stand de Semillas Fitó se encontrará ubicado en el Pabellón 9 del recinto ferial de IFEMA.

sus ventas en los mercados de exportación. Con ello Semillas Fitó es ya la compañía líder en semillas a nivel nacional y está entre las 10 más importantes del mundo en semillas hortícolas.

Fruit Attraction será, por tanto, un punto de encuentro con clientes y distribuidores a nivel nacional y una ocasión para buscar nuevas oportunidades de negocio en el mercado hortícola internacional, siendo el mejor escaparate para presentar las variedades más destacadas que Semillas Fitó ofrece esta campaña al mercado. La compañía presentará sus novedades más destacadas en los siete segmentos del mercado hortícola

la donde está presente con fuerza: tomate, pimiento, berenjena, pepino, melón, sandía y calabacín.

PREMIOS

Además, se aprovechará la Feria para entregar los premios del concurso 'El Tomate del Año', promovido por El huerto de Claudio, una marca exclusiva de Semillas Fitó, con el fin de recuperar el sabor tradicional de estas hortalizas. Al concurso se presentaron horticultores amateurs y productores profesionales y los ganadores han sido horticultores de Cataluña, Baleares y Almería en las tres categorías existentes.



■ Entre otras semillas presentará sus variedades de berenjenas.

COMERCIO EXTERIOR DE HORTALIZAS

El valor de las exportaciones cayó casi un 50% en el mes de junio

■ Isabel Fernández

El valor de las exportaciones almerienses de hortalizas cayó un 47'6% el pasado mes de junio, según los últimos datos hechos públicos por la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, elabora-

dos a partir de las cifras del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX). De este modo, la provincia ingresó 19'5 millones de euros por la venta de 27.700 toneladas de hortalizas frescas, un 40% menos que en el mismo mes de 2010. Teniendo esto en cuenta, desde la Delegación Pro-

vincial del ramo calificaron el mes de junio como "el peor mes de las últimas campañas" y apuntaron a "los efectos de la crisis de la alerta sanitaria desencadenada desde Alemania por la bacteria 'E. coli'" como la principal causa de este descenso de las exportaciones.

Pero no sólo las hortalizas han padecido las consecuencias de la 'crisis del pepino', sino también las frutas. Tanto es así que, en ese mismo período, la provincia envió al exterior 101.360 toneladas de frutas, un 22'5% menos que un año antes. Asimismo, y en lo que respecta al valor de estas ventas, principalmente de melón y sandía, éste alcanzó los 53'1 millones de euros, también un 22'5% menos. En total, en junio, las empresas de la provincia realizaron sólo 869 operaciones comerciales frente a las 1.206 de 2010. Junio fue, sin duda, un mal

mes para el sector hortofrutícola provincial, pero no el único. Tampoco los últimos 'coletazos' de mayo fueron nada positivos. De hecho, entre los dos meses, las empresas almerienses exportaron unas 45.000 toneladas menos que entre mayo y junio de 2010 y facturaron, además, unos 36 millones de euros menos en los mercados extranjeros.

Por otro lado, y en lo que respecta a los destinos de estas exportaciones, Francia y Reino Unido fueron, pese a todo, los países que más castigaron a Almería por la falsa alerta sanitaria.

OFERTA LABORAL AGRARIA

COAG tramitó 1.920 contrataciones para trabajar en tareas agrícolas

LA CIFRA SIGUE EN AUMENTO, YA QUE EL AÑO ANTERIOR FUERON 1.536 TRABAJADORES RESIDENTES EN ESPAÑA LOS QUE INCORPORÓ

■ Elena Sánchez

El sector agrícola almeriense cada vez tiene más trabajadores que residen en nuestro país, con el objetivo de contribuir a rebajar las cifras de paro que existen en el sector agrario. De hecho, COAG Almería ha ofrecido los datos recopilados y pertenecientes a la campaña 2010/2011, siendo un total de 1.920 las personas de nueva contratación que residían en Almería y España, en general. De esta forma, las cifras muestran un incremento, ya que en el ejercicio agrícola 2009/2010, fueron 1.536 personas “las que gestionamos de nueva contratación y que no habían trabajado en la agricultura”, explica Juan Rull, secretario de Áreas y Sectores de COAG-Almería. En este sentido, Rull ha recordado que “en la última contratación en origen que se hizo hace aproximadamente 4 ó 5 años fueron 1.193 las personas que vinie-



■ La organización gestionó ofertas de empleo en todo el sector agrario.

ron de fuera a trabajar a nuestro campo”.

Asimismo, para Rull es “muy importante continuar con esta labor para la nueva campaña agraria que se inicia. Es más, queremos continuar siendo un importante sector que contribuya a crear empleo. Para ello, vamos a seguir trabajando de forma conjunta con el Servicio Andaluz de Empleo, a través de nuestra propia

bolsa de trabajo y conjuntamente con las asociaciones de nuestra provincia que, principalmente, se encuentran en riesgo de exclusión social”.

Por otro lado, COAG-Almería ha informado a sus agricultores sobre la nueva Orden publicada y aprobada por el Gobierno español en el BOE donde limita la contratación de las personas de origen rumano en base a diferentes

criterios. La organización comparte “parcialmente esta nueva normativa”, ya que entienden que en la situación de crisis actual “el Gobierno ponga medidas para evitar la entrada masiva de personas de fuera de nuestra fronteras; lo que no entendemos es por qué los trabajadores rumanos que están afincados en España van a tener, en algunos casos, las mismas dificultades para ser contratados”.

CULTIVO

En el 75% de las fincas ya se hace lucha integrada

■ I. Fernández

En sólo cuatro años, según recordaron desde la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, 20.000 hectáreas de cultivos hortícolas se han sumado a la producción integrada, el 75 por ciento de las explotaciones bajo abrigo.

Este cambio, según indicaron desde la Delegación, ha supuesto un “importantísimo esfuerzo económico a los agricultores de la provincia que, en total, han invertido más de 100 millones de euros, fundamentalmente en la adquisición de fauna auxiliar, dentro del programa nacional de control de insectos vectores”. A que este cambio fuese posible también ha contribuido el ‘Compromiso Verde’ de la Administración andaluza con la campaña que inició en 2007.

MERCADO DE FINCAS

El valor del suelo agrícola en secano es más estable

■ E. Sánchez

Las cotizaciones del suelo agrícola de cultivos de secano son las que se mantienen más estables en los últimos años. El año pasado, el precio más frecuente se situó en torno a los 24.500 euros, valor similar al de 2006, pero cuatro veces superior al del año 2003. La comarca de Los Vélez concentra más del 50 por ciento del suelo agrícola de secano y donde los precios son más bajos. Por ejemplo, en María, el precio medio se situó en 3.000 euros la hectárea, si bien por algunas parcelas se pagó 1.500 euros. Seguidamente, Níjar, que concentra el 24% de la labor de secano de la provincia, es el municipio donde más se paga por este suelo, debido a las oportunidades para convertirlo en regadío. En Sorbas, Tabernas y Cuevas del Almanzora, los precios se situaron entre 16.000 y 122.000 euros.

AMPLIACIÓN

Criado y López abre las puertas de sus nuevas instalaciones en El Ejido

ESTE ES EL SEGUNDO CENTRO OPERATIVO DEL QUE DISPONE LA EMPRESA CON EL QUE SUMA 36.000 METROS CUADRADOS DISPONIBLES

■ J. E. R.

Criado y López ha abierto las puertas de un nuevo centro de operaciones en El Ejido. Las nuevas instalaciones cuentan con una superficie asfaltada de 30.000 metros cuadrados y una nave de 6.000 metros cuadrados. En estos momentos mantienen dos centros en el mismo municipio de El Ejido, el otro, ubicado en Pampanico cuenta con 2.200 metros cuadrados de superficie. Esta ampliación viene



■ Manuel Gómez, concejal ejidense, interviene en la inauguración.

a cubrir uno de los problemas con los que se encontraba la empresa ejidense. Y es que, como asegura Salvador López, gerente de Cria-

do y López, “el problema que tenemos es que es conveniente que el producto esté bajo techo para que mantenga la calidad. Las ase-

guradoras suelen poner trabas a la hora de cubrir el producto cuando está almacenado al aire libre, porque a largo plazo el producto se deteriora.

En la inauguración de las nuevas instalaciones estuvo presente el concejal de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente, Manuel Gómez. El responsable agrario del Consistorio ejidense destacó el buen hacer de esta empresa familiar, así como la labor que ejerce para el municipio el colectivo de agricultores.

Criado y López es una de las empresas más internacionales de El Ejido. Exportan un 30% de su producción y están en continua expansión, en busca de nuevos nichos de mercado.

EXPORTACIONES

Las empresas hortofrutícolas de la provincia de Almería 'redescubren' el mercado polaco

HACE QUINCE AÑOS POLONIA SE PERFILABA COMO UN INTERESANTE CLIENTE, AHORA EL SECTOR VUELVE A FIJAR SU MIRADA EN ESTE PAÍS

■ Isabel Fernández

“Hace mucho tiempo que se descubrió el mercado polaco”, afirmó Francisco Abad, gerente de Dafrán S. L., que apuntó que, de hecho, “nosotros llevamos 20 años allí”. Pese a que este país es productor de frutas y hortalizas, sus condiciones climatológicas hacen imposible la producción en invierno y es entonces cuando Polonia se convierte en importador de estos alimentos. Las comercializadoras almerienses descubrieron esto hace mucho tiempo y, de hecho, según comentó Manuel Arévalo, director comercial de Nature Choice, “hace quince años, Polonia ya era un mercado interesante”.

Arévalo explicó que, entonces, la mayor parte de la venta en este mercado era directa, es decir, a través de fruterías, e incluso, de venta ambulante. Esto “hacía este mer-



■ En los últimos años se ha registrado un aumento de los envíos hortícolas a Polonia. / FHALMERÍA

cado aún más atractivo, ya que ofrecía altos niveles de precios para una mercancía de alta calidad y, en última instancia, una alta rentabilidad”. Sin embargo, con el tiempo, “el país entró en una recesión económica” y “sólo se podían ha-

cer buenas ventas a través de programas cerrados con cadenas de distribución”.

De hecho, según recoge el informe del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) sobre ‘El mercado de las frutas y hortalizas

frescas en Polonia’, elaborado en 2009, “en los últimos años, debido a la devaluación de la moneda local frente al euro y al dólar y a la correspondiente subida de precios de los productos importados en el mercado local”, las importaciones

han ido disminuyendo. De este modo, y en el caso de la provincia, desde la campaña 2002/2003 hasta la 2004/2005, según datos de los distintos ‘Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería’ de la Fundación Cajamar, las exportaciones de este país fueron cayendo para, a partir de entonces, iniciar la recuperación, no sin algún que otro altibajo. Así, por ejemplo, el ‘Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería 2009/2010’ recoge que las exportaciones almerienses a Polonia descendieron en el ejercicio 2008/2009 con respecto al anterior, pasando de las 56.724 toneladas de 2007/2008 a las 56.235 toneladas de entonces. Un año más tarde, sin embargo, la situación se recuperó ligeramente.

Durante el ejercicio 2009/2010, las exportaciones almerienses a Polonia crecieron un 0’1% con respecto a un año antes, hasta las 56.267 toneladas. En este sentido, el director comercial de Nature Choice afirmó que, en los últimos tiempos, “se ha reflatado el mercado local” y, además, “las grandes cadenas de distribución se han instalado en este país”.

ALMERÍA

Registra más de 128.000 carnés de uso de fitosanitarios

■ I.F. G.

En Almería se expidieron el 12% del total de carnés para el uso de productos fitosanitarios autorizados por la Consejería de Agricultura y Pesca en los últimos 10 años y que asciende a 128.456 carnés. En este sentido, la consejera andaluza de Agricultura y Pesca, Clara Aguilera, destacó “la importancia de la expedición de este tipo de carnés, que certifican que las personas que los utilizan cuentan con la cualificación necesaria para aplicarlos en condiciones de seguridad y, por tanto, no se hace un uso inadecuado de los mismos”.

ANTETÍTULO

El precio de las hortalizas entre el campo y la mesa aumentó más de un 600% en el mes de agosto

■ J. E. R.

El periodo estival ha disparado el margen comercial de las frutas y hortalizas. El valor que obtiene el consumidor en los meses de julio y agosto se multiplicó por más de cinco de media para configurar el precio que finalmente pagó el consumidor, según los datos que se reflejan en el Informe de Precios entre Origen y Destino de los alimentos (IPOD) que elabora mensualmente la Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG) y las asociaciones de consumidores UCE y CEACCU. Sólo en el mes de agosto, este índice quedó fijado en 6,19, es decir, marca las veces que se multiplica el precio de las frutas y hortalizas del campo a la mesa. Pro-

ductos como el melón han vuelto a batir la barrera del 1000% en el porcentaje que esclarece lo que aumenta el valor de cara al consumidor respecto al dinero que ingresa el agricultor. Concretamente, esta fruta de verano se pagó al productor a 0,10 euros el kilo mientras el cliente final lo adquirió para su disfrute a 1,12 euros. Una proporción similar registró la sandía. Esta fruta se pagó en origen a 0,08 euros y en destino reflejó un valor de 0,77 euros el kilogramo. Otras frutas como la nectarina o el melocotón también incrementaron su valor un 600%.

Entre las hortalizas que se cultivan en la provincia de Almería, el IPOD elaborado por COAG, UCE y CEACCU manifiesta que se registraron márgenes comerciales en-

tre origen y destino superiores al 500% en pepino, pimiento y berenjena y cercanos al 400% en tomate, calabacín y lechuga. En el caso concreto del pimiento rojo, el agricultor recibió 0,41 euros de media mientras que el consumidor tuvo que abonar cerca de 2 euros por un kilogramo. La diferencia registrada en pepino se situó en 1,06 euros y la que evidenció la berenjena en 1,39 euros.

Ante estos nuevos márgenes, el secretario general de COAG, Miguel López, lamenta que el adelanto electoral “eche por tierra todos los esfuerzos del sector agrario para que la denominada Ley de medidas para la mejora del funcionamiento de la cadena agroalimentaria salga adelante”.

INVESTIGACIÓN

IFAPA apuesta por reciclaje de vegetales en las fincas

■ J. E. R.

IFAPA ha presentado una nueva línea de experimentación para la transferencia y formación en horticultura protegida, en la que se está trabajando para mejorar la gestión de residuos vegetales. En este proceso es “importante”, favorecer el reciclaje del material vegetal sobrante después del ciclo productivo. Por ello, proponen transformar los residuos agrarios en compostaje o vermicompostaje a través de pequeñas plantas gestionadas por los propios agricultores o cooperativas. Asimismo, por otra parte, IFAPA trabaja en la reutilización de aguas residuales para cultivos.

Universidad

PARA POTENCIAR ACTUACIONES

El Ceia3 y el MARM firman un convenio marco de colaboración

EL DOCUMENTO FUE SUSCRITO ENTRE LOS RECTORES DE LAS UNIVERSIDADES DE ALMERÍA, CÓRDOBA Y JAÉN Y ROSA AGUILAR

■ Elena Sánchez

El Campus Internacional de Excelencia Agroalimentaria (Ceia3) y el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino han firmado un convenio marco de colaboración que se traducirá en una serie de convenios específicos destinados a potenciar un conjunto de actuaciones en campos de interés común para el Ministerio y el Consorcio Ceia3. En concreto, las primeras líneas de actuación que se abordarán contemplan la realización de tesis doctorales de excelencia, la creación de un centro internacional de recursos genéticos sobre el olivo,



■ Encuentro con la ministra de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, Rosa Aguilar. / FHALMERÍA

la potenciación de proyectos de I+D+i y su transferencia al tejido productivo y actuaciones de investigación en el sector porcino.

En este sentido, el documento ha sido suscrito por el rector de la UCO, José Roldán, en representación del Ceia3 y la ministra

Rosa Aguilar, a quienes acompañaban los rectores de las universidades de Almería y Huelva, así como el coordinador del campus

de excelencia, entre otros. En su intervención, el rector de la UAL, Pedro Molina, habló sobre los cambios de estructuras y sobre todo de mentalidad que supone el organizarse como agregación de universidades en torno a una idea para desarrollar, y ha afirmado que el consorcio Ceia3 goza de una "situación óptima" tanto por vocación como por calidad docente e investigadora.

Igualmente, Molina reclamó una nueva cultura universitaria en este terreno y se refirió a la importancia, no sólo económica, sino también política que el sector posee.

SECTOR IMPORTANTE

Por otro lado, la ministra de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino, Rosa Aguilar, puso de relieve la importancia de un sector con más de 30.000 empresas, que mueve "en nuestro país 85.000 millones de euros, de los cuales 15.000 corresponden a exportaciones", de ahí que invertir en agroalimentación "suponga crear riqueza y empleo, máxime si se hace a través de estructuras de excelencia contrastadas como es el caso en esta ocasión".

INTERCAMBIO

La Universidad estrecha lazos con Ecuador en temas relacionados con el sector agrícola

■ E. S. G.

La vicerrectora de Internacionalización y Cooperación al Desarrollo de la Universidad de Almería, Sagrario Salaberri, junto con la coordinadora del Máster de Dirección de Empresas de la UAL, han realizado una visita a Ecuador para concretar y desarrollar un proyecto de cooperación entre la Universidad de Almería y las distintas instituciones ecuatorianas en materia de agricultura. De hecho, entre los acuerdos alcanzados destaca la reunión que se mantuvo con la secretaria nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación en la que se acordó reconocer a la Universidad de Almería como institución apta para la homologación de títulos.

Igualmente, la vicerrectora estrechó lazos con el instituto de crédito



■ Interior de la Finca UAL-Anecoop. / FHALMERÍA

educativo de becas ecuatoriano y se concretó la firma de un convenio que facilite la difusión en te-

rritorio ecuatoriano de la UAL para que estudiantes ecuatorianos sean becados por el IECE y vengan a es-

tudiar a esta Universidad. Actualmente hay cinco estudiantes de la UAL en esta zona de Ecuador a través de distintos convenios de movilidad.

ESTRECHO VÍNCULO

Otras actuaciones llevadas a cabo incluyen la firma de convenios con Universidades de la provincia de Los Ríos, prefecturas y gobiernos provinciales. Dichas instituciones consideran de gran interés el mantener un estrecho vínculo con la Universidad de Almería, ya que en la zona geográfica donde están ubicadas la principal fuente económica es la agricultura, destacando Los Ríos como referente de producción a nivel nacional de cacao y banana del país y siendo, por tanto, la agricultura la ocupación de 9 de cada 10 habitantes de la región.

ESTANCIA EN LA UAL

Marruecos estudia importar el modelo agrario de Almería

■ E. S. G.

Dentro del Proyecto de Cooperación Internacional de Formación e Investigación Interuniversitaria de la Agencia Andaluza de Cooperación Internacional que se está realizando entre la Universidad de Almería y la Ecole Nationale des Sciences Appliquées d'Al Hoceima (ENSAH), se ha desarrollado un curso para la formación y capacitación de los recursos humanos de la ENSAH en el marco del proyecto 'Elaboración y desarrollo de un modelo productivo agroalimentario y medioambiental de la Región de Alhucemas', que permita la transferencia de la tecnología y el conocimiento entre las universidades.

i+D

CSIC

Recuperan el ADN de variedades de albaricoque de los años 50 y 60

■ E. S. G.

Un grupo de investigadores del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) ha recuperado el ADN de variedades de albaricoquero que se cultivaban hace más de medio siglo. Desde el Consejo han informado que la nueva técnica sirve para obtener 'la huella dactilar' de variedades de plantas antiguas y ver en qué lugares se han cultivado. En este sentido, los científicos han logrado extraer los genes maternos de la envoltura de varias semillas de albaricoque conservadas a temperatura ambiente y tras comparar este material genético con las variedades vivas de los bancos de germoplasma, han podido averiguar cuáles de las que existían entonces ya se han perdido. Además han logrado extraer los genes maternos de varias semillas de albaricoque recogidas en los años 50 y 60, que llevaban más de medio siglo en la Estación Experimental de Aula Dei del CSIC.

APOYO DE LA JUNTA

Aqualgae recibe 191.00 euros para nuevas tecnologías

LA JUNTA DE ANDALUCÍA HA CONCEDIDO ESTA CANTIDAD CON EL OBJETIVO TAMBIÉN DE CREAR NUEVOS PUESTOS DE TRABAJO

■ Elena Sánchez

La Junta de Andalucía, a través de la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía (IDEA) ha concedido un incentivo de 191.837 euros a la empresa de base tecnológica Aqualgae, con el que se prevé la creación de dos nuevos puestos de trabajo, así como la incorporación de equipamiento, materiales y suministro. La intención inicial pasa por el uso de las microalgas en el ámbito de la acuicultura aunque a medio y largo plazo se prevé la aplicación en otros sectores como el farmacéutico y el alimenticio, lo que se considera como líneas de gran potencialidad comercial.

En este sentido, desde la Junta de Andalucía han informado



■ Material e instalaciones de la empresa almeriense. / FHALMERIA

que los cuatro promotores de la firma son investigadores pioneros en procesos de cultivo microalgal Premium; desarrollo de fitobiorreactores de media escala y desarrollo de proyectos en

biotecnología marina. El apoyo económico a esta nueva empresa almeriense se refleja en la concesión de un préstamo participativo que supone el 75 por ciento de la inversión total pre-

sentada para poner en marcha su proyecto y que asciende a 259.323 euros. De hecho, cabe destacar que Aqualgae tiene su sede social en el Centro de Apoyo al Desarrollo Empresarial de Almería, dependiente de la Fundación Andalucía Emprende, además de contar con una oficina en la Fundación Empresa Universidad Gallega donde en la actualidad trabaja con clientes dentro del sector de la acuicultura.

PREMIOS

Además, la entidad fue recientemente la ganadora junto a Breca Health Care del Premio Consejo Social al Mejor Proyecto Empresarial de los Premios Iniciativas Emprendedoras de la Universidad de Almería y en los que la Agencia IDEA participa como jurado.

Desde el Gobierno andaluz se ha valorado de manera muy positiva esta iniciativa, que surge de un grupo de investigadores que desarrolla su actividad en la Universidad de Almería, concretamente en el Departamento de Ingeniería Química, con la intención concreta de avanzar en la gestión y el desarrollo de tecnologías y técnicas innovadoras en la producción y cultivo de microalgas.

NUEVAS VARIEDADES



Fresas que se adapten al clima de su zona productora

IFAPA está estudiando la obtención de nuevas variedades de fresa que sean económicamente más viables para el sector mediante métodos de mejora genética clásica.

Igualmente, otro de los objetivos principales es que dichas variedades se adapten mejor a las condiciones agroambientales de las zonas productoras andaluzas.

Este trabajo se desarrolla en el centro de Málaga que cuenta con un banco mundial de germoplasma con más de 500 variedades de fresa.

FOLLETO PARA PERSONAL TÉCNICO

Agricultura divulga un decálogo de medidas para prevenir el picudo rojo

■ E. S. G.

La Consejería de Agricultura y Pesca ha desarrollado un decálogo de medidas para la prevención y control de la principal plaga de las palmeras, el *Rhynchophorus ferrugineus*, conocido comúnmente como curculiónido ferruginoso o picudo rojo, que ha plasmado en un folleto divulgativo dirigido al personal técnico de parques y jardines de los ayuntamientos y empresas especializadas. En su lucha contra esta dañina plaga, una de las principales líneas de

actuación de esta Consejería ha sido el refuerzo de medidas preventivas. Entre las acciones puestas en marcha por Agricultura destacan las jornadas formativas dirigidas a personal técnico, organizadas por el IFAPA.

Igualmente, la consejera Clara Aguilera habla de la necesidad de reforzar la coordinación entre todos los agentes implicados para frenar y controlar una plaga que afecta a la conservación de un emblemático patrimonio cultural, paisajístico y medioambiental en muchos municipios andaluces.

Ganadería

RESPECTO AL PRIMER SEMESTRE DE 2010

Almería exportó más jamón y embutidos de enero a junio

ANDORRA ES, CON UNA GRAN DIFERENCIA, EL MAYOR CLIENTE EN EL EXTERIOR PARA EL SECTOR CÁRNICO DE LA PROVINCIA ALMERIENSE

Rafa Villegas

El primer semestre del año ha sido, según los datos ofrecidos por el delegado de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía en Almería, Juan Deus, muy positivo para el sector productor de cárnicos. Y es que, según los datos oficiales que ha ofrecido, en ese período las empresas almerienses del ramo exportaron más de 29 toneladas de productos por un valor de 200.000 euros. Ello ha supuesto que la facturación se ha incrementado respecto al mismo período del año 2010 en un 57 por ciento.

Deus ha achacado, en buena medida, estos buenos resultados al jamón. Y es que, como ha asegurado, desde Almería se han ex-



■ Ganado porcino. / FHALMERIA

portado más de 27 toneladas de este producto y de paleta, valoradas en más de 180.000 euros, un 60 por ciento más que en los seis primeros meses de 2010.

Una vez más, la mayoría de los jamones, concretamente el 89,6 por ciento, se han exportado a Andorra; un 6 por ciento a República Dominicana y, finalmente, casi

el 5 por ciento a Japón, que se consolida como el tercer mejor cliente.

También se han exportado más de 500 kilos de embutidos (un 433 por ciento más que el período de referencia), por un valor de casi 8.000 euros, un 670 por ciento más. Hong-Kong es su principal importador con el 64 por ciento.

GARANTÍAS

La Junta concede 700.000 euros de ayudas para mejorar la calidad de la leche cruda

R. V. A.

La Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía ha resuelto la concesión de más de 700.000 euros en ayudas al sector ganadero para que se implementen sistemas que garanticen la mejora integral de la calidad de la leche cruda en las explotaciones ganaderas.

Concretamente, se trata de las ayudas correspondientes a la convocatoria de 2010 y su importe total se ha distribuido entre 23 entidades beneficiarias, entre las que figuran cooperativas, agrupaciones y asociaciones de productores y centrales de compra. Éstas serán las responsables, como han asegurado desde la Consejería, de “ejecutar la actividad subvencionable”. De este modo, más de 299.000 euros se han concedido a siete entidades de ganado bovino, y más de 400.000 euros a las restantes, que corresponden a ganado ovino-caprino.

Al respecto, la consejera de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, Clara Aguilera, ha señalado la “enorme importancia que tiene la sanidad animal

para la buena marcha y rentabilidad de la ganadería y para una completa seguridad alimentaria”. Ha querido destacar, del mismo modo, “el especial esfuerzo y apoyo que se viene realizando por parte de la Consejería”, así como que “el objetivo de la Comunidad Autónoma andaluza pasa por “lograr un nivel sanitario de excelencia, para lo cual es necesario el trabajo y el esfuerzo de todos”.

Dentro de la ayuda se establecen, concretamente, dos tipos de actuaciones. En una primera línea se supedita la percepción de estas subvenciones a la mejora integral de la calidad de la leche desde la explotación. Mientras que la segunda línea instaura la posibilidad para el sector productor lácteo de avanzar en la calidad de la producción, aportando un valor añadido y diferenciador de la leche mediante la certificación externa de la guía de prácticas correctas de higiene, por parte de un organismo independiente de control.

En definitiva, esta línea de ayudas lo que pretende es mejorar la calidad de la leche en la propia ganadería.

INVOLUCIÓN

UPA protesta ante la caída del precio de la leche este verano

R. V. A.

UPA alerta de la “desastrosa” caída de los precios de la leche desde el pasado mes de julio. Para la organización agraria “no hay justificación para esta situación”, como ha explicado su secretario de Ganadería, Román Santalla, ya que “la media del precio de la leche en Europa es 3 céntimos superior que en España, diferencia que se amplía hasta 4 céntimos por litro de leche si nos comparamos con Francia y Alemania”.

Santalla considera a las industrias lácteas como “las únicas culpables de imponer y fijar a los ganaderos unos precios que están fuera de la evolución lógica del mercado”, ya que suben los costes de producción.



■ Ganado caprino de leche. / FHALMERIA

EN CASABERMEJA

Clara Aguilera le da continuidad a la Escuela de Pastores con otra edición

R. V. A.

La consejera de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, Clara Aguilera, ha anunciado la segunda edición de la Escuela de Pastores. En esta ocasión, la cita será entre los días 25 y 28 de septiembre en la localidad malagueña de Casabermeja y se centrará en la cabaña más representativa en la zona, la del caprino de leche.

Aguilera ha insistido en la importancia de preservar, a través de esta oferta formativa, la cualificación del ganadero-pastor para garantizar el uso eficiente y sostenible de los recursos de Andalucía y la obtención de productos de alta calidad muy apreciados por los consumidores.

En esta edición, además, tendrá lugar el I Encuentro Nacional de Escuelas de Pastores, liderado por Andalucía.

Industria agraria

MERCADOS DE DESTINO

El sector agrícola turco ofrece grandes posibilidades a la industria auxiliar agraria



■ La tecnología de riego tiene cabida en este país. / FHALMERÍA

■ I. F. G.

Turquía sigue siendo, hoy por hoy, uno de los mercados más interesantes para la industria auxiliar de la agricultura provincial. Este país es la octava economía agrícola del mundo, con más de 40 millones de hectáreas cultivadas y una producción total de 43 millones de toneladas de frutas y hortalizas, según indicaron desde la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (EXTEN-DA).

Precisamente por ello, afirmaron que, en el caso de este país, las oportunidades de negocio se centran en “las tecnologías de producción alimentaria y el conocimiento que puedan exportar empresas andaluzas en productos y servicios centrados en la asesoría, las nuevas tecnologías y la asistencia técnica para el sector agroalimentario”.

Entre enero y mayo de 2011, las exportaciones andaluzas a Turquía sumaron más de 175 millones de euros.

MEJORAS EN EL SECTOR

Agricultura concede 19.000 euros en ayudas al sector

EN LA PROVINCIA SE HAN APROBADO SÓLO TRES SOLICITUDES PARA LA PUESTA EN MARCHA DE SISTEMAS DE GESTIÓN Y MEJORA DE TRAZABILIDAD

■ Isabel Fernández

Empresas de la provincia recibirán 18.629'68 euros en ayudas para la implantación de sistemas de gestión de la calidad y mejora de la trazabilidad en el sector agroalimentario. Así lo indicaron desde la Consejería de Agricultura y Pesca en un comunicado, en el que explicaron, además, que esta subvención corresponde a las tres solicitudes aprobadas. Para la consejera andaluza del ramo, Clara Aguilera, “estas ayudas ponen de manifiesto el apoyo que la Junta de Andalucía presta a las empresas agroalimentarias a través de la implantación de sistemas de gestión de calidad”, por lo que, a su juicio, “no sólo se beneficia a estas empresas en particular, sino a la sociedad en general, consumidora de los productos de estas industrias”.

Estas subvenciones se enmarcan en el Programa de Desarrollo Ru-



■ Manipulado de hortalizas en una comercializadora. / FHALMERÍA

ral de Andalucía 2007/2013 y, en toda la Comunidad Autónoma, han alcanzado un montante cercano a los 400.000 euros, el 50% para microempresas, pequeñas y medianas empresas y un 25% para grandes empresas con menos de 750 empleados o con un volumen de negocio inferior a los 200 millones de euros. Dicha subvención está financiada por el Fondo Europeo de Desarrollo Rural (FEADER).

La Orden de 22 de junio de 2009, que establece estas ayudas, está destinada a las personas físicas y jurídicas que ejerzan y asuman las actividades de transformación y comercialización de productos agrícolas en la Comunidad Autónoma andaluza y sean responsables finales de la financiación de inversiones para la implantación de estos sistemas de calidad agroalimentaria.

FOMENTO DE LA INDUSTRIA AUXILIAR

CT TECNOVA busca colaborar con dos centros tecnológicos asturianos

■ I. F. G.

El Centro Tecnológico de la Industria Auxiliar de la Agricultura-TECNOVA continúa buscando ampliar su red de contactos con el fin de poner en marcha proyectos conjuntos. Con este fin, Inmaculada Navarro, ingeniera técnica industrial del Departamento de Ingeniería de la Fundación TECNOVA viajó recientemente al Principado de Asturias, donde visitó los centros tecnológicos Prodintec, en Gijón, e ITMA, en Avilés, para conocer sus instalaciones y servicios.

Según explicaron desde el CT TECNOVA, el objetivo de esta visita no era otro que “presentar



■ Misión anterior en China.

las acciones y servicios agroindustriales que se llevarán a cabo en la nueva sede de TECNOVA, así como generar sinergias con-

junta para proyectos en colaboración con ambas entidades”. En última instancia, el CT almeriense aspira a “impulsar nuevos servicios tecnológicos, ensayos especializados, asistencia técnica, diseño de productos o servicios, de forma que se promueva la I+D+i empresarial-industrial y se aumente la competitividad entre las empresas de la industria auxiliar de la agricultura”.

Por otro lado, el CT TECNOVA ya ha confirmado su participación en la próxima edición de Fruit Attraction, que tendrá lugar del 19 al 21 de octubre próximos, en Madrid. El CT almeriense acudirá a la cita para mostrar sus últimos avances.

INVESTIGACIÓN

NaanDanJain Ibérica aplica su sistema de riego Amnón a una planta de biomasa

■ I. F. G.

NaanDanJain Ibérica está colaborando con la empresa Urgesneda Biomasa en un proyecto para observar el comportamiento de algunos cultivos para la producción de biomasa en la Comunidad de Regantes de la Zona Regable del Genil-Cabra. Así lo indicaron desde la empresa con sede en El Ejido y explicaron que su participación consiste, exactamente, en la instalación de su sistema de riego Amnón en una de las cuatro parcelas que integran este proyecto.

El objetivo de esta iniciativa es generar energía a través de biomasa procedente de cultivos como el chopo, el eucalipto o el sorgo. En principio, la empresa promotora no podrá realizar un análisis exhaustivo de esta promoción hasta 2014, ya que el tiempo de corte de estas producciones es de tres años; sin embargo, si la iniciativa obtuviera resultados positivos, se activarían futuros proyectos de centrales de generación de energía por biomasa en la zona que, en principio, necesitarían entre 6.000 y 7.000 hectáreas de cultivo.

IV y V gama

SECTOR EN AUGE

La provincia duplica sus exportaciones de conservas

ENTRE ENERO Y MAYO DE ESTE AÑO, 17 EMPRESAS COMERCIALIZARON MÁS DE 4'7 MILLONES DE KILOS POR MÁS DE 4'5 MILLONES DE EUROS

■ Isabel Fernández

La provincia duplicó sus exportaciones de transformados hortofrutícolas entre enero y mayo de este año en relación al mismo período de 2010, hasta alcanzar los 4'7 millones de kilos y los 4'5 millones de euros, según los datos hechos públicos por la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca. De este modo, y teniendo en cuenta estas cifras, el delegado provincial del ramo, Juan Deus, llamó la atención, precisamente, sobre este incremento de los volúmenes pero, sobre todo, sobre “la comercialización de dichos productos en mercados lejanos”.

Y es que Estados Unidos, con la importación de productos valorados en 1'6 millones de euros (el 36'3% del total) es, hoy por hoy,



■ Estados Unidos es el principal consumidor de conservas. / FHALMERÍA

el mayor comprador de las conservas almerienses. Tras el estado norteamericano se sitúan Venezuela (3'6%), Canadá (2'2%) y Australia (1'6%). En Europa, los principales clientes son los alemanes (17'5%), Francia (11'2%) e Italia (7%).

Por último, la mayor parte de las conservas que se exportan desde la provincia son las vegetales y, de hecho, en los cinco primeros meses del año, se comercializaron 1'6 millones de kilos, cuyo valor superó los 2'5 millones de euros, un 123% más que en 2010.

NUEVAS METAS

Ucrania, un mercado lleno de posibilidades para los transformados almerienses

■ I. F. G.

Ucrania se perfila como un mercado de destino más que interesante para las hortalizas en fresco almerienses, así como las conservas. Así lo indicaron desde la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (EXTENDA) y señalaron que “los productos españoles presentes en el mercado ucraniano y que presentan las mejores oportunidades de negocio para las firmas andaluzas son los productos hortofrutícolas como aceitunas, el aceite de oliva, las conservas vegetales y fruta, y los embutidos”. Asimismo, “son muy apreciadas las hortalizas frescas, los vinos y los espárra-

gos”. Ucrania cuenta con una población cercana a los 50 millones de habitantes y, además, posee una situación geográfica privilegiada, en el cruce de las rutas entre Europa del Este, Rusia, Asia y Oriente Medio, lo que, según los informes de EXTENDA, “favorece las perspectivas comerciales y los contactos con países vecinos”.

Entre enero y junio de este año, las exportaciones andaluzas a Ucrania crecieron un 177'3% en relación al mismo período de 2010. El total exportado en lo que va de año suma 11'2 millones de euros, que convierten a Andalucía en la cuarta comunidad exportadora de España a este país.

UN GAZPACHO 100% ALMERIENSE

Solfrío obtiene el certificado de la Marca Parque Natural que concede Medio Ambiente

■ I. F. G.

Alimentaria Andarax, empresa ubicada en el municipio de Fondón y que comercializa el gazpacho ecológico Solfrío, acaba de obtener el certificado de cumplimiento de Marca Parque Natural de Andalucía, que concede la Consejería de Medio Ambiente con el fin de impulsar la economía local de los espacios naturales protegidos. De este modo, según indicaron desde la propia empresa, el Gobierno andaluz les hizo entrega de este distintivo tras pasar la auditoría correspondiente, con lo que se suma así a los 101 productos y servicios que ya ostentan este título en el Parque Natural de Sierra Nevada.

El sello corrobora que Alimentaria Andarax cumple con los requisitos que acreditan el carácter artesanal tanto de su gazpacho andaluz como de sus verduras asadas, en este caso, pimiento, cebolla y berenjena. La finalidad de esta etiqueta es favorecer, asimismo, a través de la población y las

empresas implantadas en los parques naturales, una revalorización del territorio mediante el apoyo a iniciativas empresariales acordes con los principios del desarrollo sostenible y, además, ofrecer al visitante unos productos y servicios diferenciados y asociados a los valores medioambientales.

EN EXPANSIÓN

Desde hace algo más de un año, Alimentaria Andarax trabaja de forma conjunta con Alcoex Mediterráneo en la puesta en marcha de una línea de crema de verduras como calabacín, brócoli, tomate y champiñones; sin embargo, y de momento, lo que le ha valido todo el reconocimiento a la empresa almeriense es su gazpacho Solfrío. Tanto es así, que este producto lleva ya varios años distribuyéndose en la clase business de Iberia. Asimismo, y para incrementar su producción, el año pasado, Alimentaria Andarax rubricó un acuerdo con Unica Group para que la abasteciera de producto fresco.

QDELICIAS



Costa de Almería prevé ampliar su línea de V gama

Hortofrutícola Costa de Almería está ya inmersa en la nueva campaña, un ejercicio en el que, según indicaron desde la empresa, pre-

vén seguir trabajando en su línea de alimentos en V gama. En este sentido, recordaron que “en un primer momento, lanzamos el pi-

miento asado” y afirmaron que, “en un futuro cercano, seguiremos ampliando la variedad de nuestros productos”.

Agricultura en la red

EN LÍNEA

www.asesmesa.es

ASEMESA presenta su Web con información sobre la aceituna

La Asociación de Exportadores e Industriales de Aceituna de Mesa, ASEMESA, cuenta con una página Web donde se puede hallar toda la información del sector, con datos sobre la producción y exportación, así como las múltiples actividades que realiza la agrupación. Según la entidad, la nueva Web cuenta con un espacio público desde donde el visitante podrá conocer mejor a la asociación y a sus asociados, así como la realidad del sector y del producto, sus beneficios, variedades, tipos y presentaciones e incluso un recetario donde la aceituna de mesa es la base de distintos platos propios de la Dieta Mediterránea. Además, la Web se completa con un apartado reservado en exclusiva al asociado.



■ Vista de la página de inicio de la Web. / FHALMERÍA

EN BREVE

www.elagricultor.com

El espacio del agricultor que le ayuda a crear auténtica confianza para clientes y trabajadores

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

www.plataformariego.org

El agua de riego se explica en la Web como un elemento respetuoso con el medio ambiente

La Plataforma Tecnológica del Agua de Riego presenta su portal Web www.plataformariego.org. En esta página se dará difusión a todas las actividades de la plataforma y entre otras muchas ventajas la nueva Web contará con un completo archivo on line de publicaciones, notas de prensa, novedades, etc.

www.ecoalimenta.com

Ecoinformación para los e-consumidores que se suben al carro de la alimentación más sana

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

www.colofruit.com

Productos y recetas gourmet elaboradas a partir de alimentos basados en la IV y V Gama

El portal está especializado en el sector de la restauración y hostelería. Así, se dedica a la venta al por mayor de todo tipo de frutas, habituales y exóticas, verduras, lechugas, hortalizas o frutas del bosque.



■ El fin es potenciar el tomate. / FHALMERÍA

www.elprimertomate.com

La mejor carta de presentación del tomate 'made in' Almería

La IGP almeriense Tomate La Cañada-Níjar ha creado una nueva Web dedicada exclusivamente a su producción de tomate. Así [elprimertomate.com](http://www.elprimertomate.com) es una referencia a nivel provincial para todas aquellas empresas que quieran conocer información sobre su producto estrella. En esta ocasión, el portal cuenta con varios apartados en los que se pueden encontrar tanto datos sobre la forma de cultivo de esta hortaliza, como las garantías que muestra el mismo o las variedades existentes del tomate. Los visitantes más 'cocineros' podrán, además, acceder a un apartado de 'recetas' en el que se muestran las formas más clásicas y las más atrevidas de cocinar este producto típico de la provincia almeriense.

fhalmería
Revista Agraria Mensual de la Provincia de Almería

www.fhalmería.com

Nueva imagen.
Más intuitivo, más completo, precios al día...
más interactivo

Paseo de las Luces, 157, bajo. El Ejido - Almería. Tel 950 571340 / Fax 950 571146 / Email comercial@fhalmeria.com

Marketing

EN MOSCÚ

CASI asiste a la World Food en busca del mercado ruso

JOSÉ MARÍA ANDÚJAR, PRESIDENTE DE LA COMERCIALIZADORA, SE REUNIÓ CON CLIENTES Y ESTABLECIÓ CONTACTOS COMERCIALES

■ CIA

CASI asistió a la última edición de 'World Food Moscow 2011', una de las ferias agroalimentarias más importantes de la Federación de Rusia que se celebró desde 13 al 16 de septiembre. La comercializadora, con esta participación, ha conseguido mantener encuentros comerciales con el fin de incrementar su presencia en el mercado ruso. Esta feria ha dispuesto de más de 54.000 metros cuadrados, en los que han participado expositores de más de 58 países y la presencia de más de 50.000 visitantes. Por tanto, es un evento ideal para "realizar una importante labor de prospección, conocer cómo se encuentra en la actualidad el país y también las novedades en la legislación de cara



■ José María Andújar, presidente de CASI.

a aumentar las exportaciones", explica el presidente de CASI, José María Andújar.

La delegación de la cooperativa agrícola almeriense se ha reunido con clientes que ya tiene en la Federación Rusa con el objetivo de fortalecer los vínculos, a la vez que mantuvo durante el encuentro in-

ternacional reuniones con posibles compradores. "Se trata de un mercado con una población alrededor de 140 millones de habitantes, con interesantes oportunidades para la comercialización de nuestros tomates, y que en 2011 ha celebrado el Año de España en Rusia", reflexiona Andújar.

DE 1 AL 3 DE SEPTIEMBRE PASADOS

Alcaparras Luxeapers busca hacer negocio en Panamá de la mano de EXTENDA

■ I. F. G.

La empresa almeriense Alcaparras Luxeapers participó del 1 al 3 de septiembre pasados en una acción promocional organizada por la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (EXTENDA) en Panamá y en la que tomaron parte otras tres empresas andaluzas. En el marco de la Feria Internacional 'Panamá Gastronómica 2011', las empresas participantes tuvieron la oportunidad de "dar a conocer los productos y marcas agroalimentarias andaluzas en el mercado panameño".

Para ello, el evento ofrecía un amplio programa de actividades, entre ellas, congresos de alta cocina ofrecidos por chefs internacionales de renombre, jornadas académicas que incluían mesas redondas, degustaciones, catas, talleres y, cómo no, un área de exposición para mostrar los productos. La feria panameña contó con un espacio de exposición de 10.000 metros cuadra-

dos, en los que decenas de empresas locales e internacionales participaron como expositores de alimentos y bebidas.

EL MERCADO

Andalucía es, hoy por hoy, la primera comunidad española en exportaciones de agroalimentación y bebidas a Panamá, según los datos más recientes manejados por EXTENDA. No en vano, en los seis primeros meses de este año, la Comunidad Autónoma exportó a este mercado mercancía por valor de 1'7 millones de euros, el 24'7% del total exportado y un 48'8% más que en el mismo período de 2010.

Por productos, los más vendidos son los hortalífrutícolas que, de hecho, suponen más de la mitad de las exportaciones andaluzas a este país, en concreto, el 51'2%. Por provincias, Sevilla es, hoy por hoy, la que más comercia con Panamá (67% del total), seguida de Cádiz (19%) y Córdoba (8%).

CITA BIANUAL



La tercera edición de Andalucía Sabor 'calienta motores'

La Junta de Andalucía ultima en estos días todos los detalles de la tercera edición de Andalucía Sabor, que tendrá lugar del 20 al 22

de septiembre próximos. Ya el pasado día 8, la consejera andaluza de Agricultura y Pesca, Clara Aguilera, presentó el evento, que,

una vez más, contará con una nutrida representación almeriense que llegará de la mano de la Diputación Provincial.

A CAUSA DE LA 'E. COLI'

OPHF's de APROA donan 105.000 kilos de hortalizas a bancos de alimentos

■ I. F. G.

Seis OPFH's pertenecientes a la Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de Andalucía (APROA), en concreto Murgiverde, Vicasol, Casur, Ferva, Cohorsan y Cabasc, donaron recientemente casi 105.000 kilos de producto, fundamentalmente tomate, melón y sandía, a diferentes bancos de alimentos de Almería, Málaga, Algeciras, Cádiz, Huelva y Barcelona.

Las OPFH's tomaron esta decisión tras la alerta sanitaria provocada por la bacteria 'E. coli' a finales de mayo y que dio lugar a una crisis de imagen del

sector hortalífrutícola español que desembocó en la suspensión de venta de frutas y hortalizas a los mercados europeos. Entonces, desde APROA aceleraron la puesta en marcha del Programa Operativo para el sistema de retiradas para la distribución gratuita en organizaciones caritativas y que se cerró con el reparto de esos casi 105.000 kilos de frutas y hortalizas almerienses.

APROA organizó, asimismo, toda la logística entre la cantidad de producto que las OPFH's pertenecientes al Programa Operativo pueden retirar y la planificación con los bancos de alimentos de la cantidad de producto que pueden recibir.

Legislación

HASTA NOVIEMBRE

MARM convoca ayudas para la promoción a nivel nacional

I. F. G.

El Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) publicó el pasado 6 de septiembre en el Boletín Oficial del Estado (BOE) la convocatoria de ayudas para programas de información y promoción de productos agrícolas en el mercado interior para el ejercicio 2012, previstas en la reglamentación comunitaria. Según indicaron desde el MARM, podrán beneficiarse de estas subvenciones las organizaciones e interprofesionales representativas del sector y que lleven a cabo acciones de este tipo en el mercado nacional. Los programas que presenten podrán incluir acciones de relaciones públicas, promoción y publicidad destinadas a destacar las características de sus productos en calidad y seguridad alimentaria.

ADAPTADOS A LA PAC

La Junta trabaja en un nuevo etiquetado para los alimentos

I. F. G.

La Junta de Andalucía ha comenzado a trabajar en la modificación del etiquetado de algunos productos andaluces para adaptarse a la nueva Política Agraria Común (PAC). Así lo afirmó la consejera de Agricultura y Pesca, Clara Aguilera, en Jaén, durante la presentación del Plan 'Encamina2'. En este sentido, Aguilera se mostró a favor de la "transparencia" en el etiquetado y en la cadena alimentaria, algo que, a su juicio, "es bueno para el consumidor y para el productor". Pese a reconocer que esta adaptación será "muy difícil", abogó por que "lo que haya que hacer se haga en Europa, ya que es un buen momento para esos debates". Y es que la reforma de la PAC "no sólo afecta a subvenciones".

CONVOCATORIA 2010

Más de 240 agricultores recibirán casi 7 millones para modernizar sus fincas

LA JUNTA HA APROBADO UN TOTAL DE 1.581 SOLICITUDES QUE SUMAN UNA INVERSIÓN CERCANA A LOS 33 MILLONES DE EUROS

Isabel Fernández

Un total de 244 agricultores de la provincia se beneficiarán de las ayudas a la modernización de las explotaciones relativas a la convocatoria 2010. Así lo indicaron desde la Consejería de Agricultura y Pesca en un comunicado, en el que matizaron que, en cualquier caso, el listado de beneficiarios es aún provisional y está abierto el plazo de alegaciones. De momento, estos más de 240 agricultores recibirán ayudas por valor de 6'7 millones de euros.

Estas subvenciones, tal y como indicaron desde la Junta, tienen como objetivo "apoyar a los titulares de las explotaciones en los gastos puntuales dirigidos a cubrir necesidades o deficiencias que impidan el ejercicio sostenible de su actividad agraria desde un punto de vista ambiental, económico o social" y responden "a la apuesta



■ Almería es la tercera provincia que más ayudas recibirá, por detrás de Jaén y Granada. / FHALMERÍA

de la Consejería por impulsar la modernización y sostenibilidad del sector".

En total, la Junta ha aprobado 1.581 solicitudes, que representan una inversión de más de 71 millones de euros, de los que se subvencionarán 33 millones. Por provincias, Jaén, con 457 solicitudes aprobadas, y Granada, con 391, son las que más ayudas recibirán, 8'1 millones y unos 8 millones, res-

pectivamente. Almería, por su parte, ocupa la tercera posición, con 244 agricultores beneficiados con 6'7 millones de euros.

Estas subvenciones se enmarcan dentro del Programa de Desarrollo Rural de Andalucía 2007-2013 y tienen una cuantía máxima por explotación de 60.000 euros, que podrá ascender a 80.000 euros en casos excepcionales. De este modo, el porcentaje máximo de subven-

ción alcanzará, en general, el 40% del presupuesto aceptado, pudiendo llegar en algunos casos al 50%. De estas ayudas han podido beneficiarse las personas físicas y jurídicas que son titulares de una explotación agraria situada, al menos en un 75% de su superficie, en Andalucía y que no se hallen adscritas a ningún plan empresarial para la mejora de la sostenibilidad del sector agrícola y ganadero.

LA UE ADELANTARÁ EL 50% DE LAS AYUDAS

La PAC deja casi 4 millones en Almería

J. E. Ruiz

Los beneficiarios de las ayudas directas de la Política Agraria Común (PAC) recibirán un anticipo del 50% de las mismas, según confirmó la Consejería de Agricultura y Pesca tras conocer el dictamen favorable emitido por el Comité de Gestión de Pagos Directos de la Comisión Europea. De esta forma, el Gobierno andaluz procederá, como en los anteriores dos años, a abonar la mitad de las ayudas de la PAC que corresponden a los agricultores y ganaderos andaluces.

En Almería, provincia andaluza en la que se reparte una menor cuantía, se beneficiarán 4.600 pro-

ductores, entre los que se abonarán, en esta primera parte del pago, 3'8 millones de euros. Según apuntan desde Agricultura, la Comisión Europea (CE) incluye, en esta ocasión, como novedad, el aumento de hasta un 80% del pago por ganado vacuno.

Con este adelanto se pretende ofrecer liquidez a los profesionales del sector agrario. Al respecto, Clara Aguilera, consejera de Agricultura y Pesca aseguró que "hemos trabajado intensamente durante el verano para defender ante la Comisión Europea las necesidades de liquidez que tiene el sector agrario y, finalmente, nuestras gestiones han dado sus frutos".

ENCUENTRO BILATERAL EN PARÍS

España y Francia apuestan por una regulación europea del mercado hortofrutícola

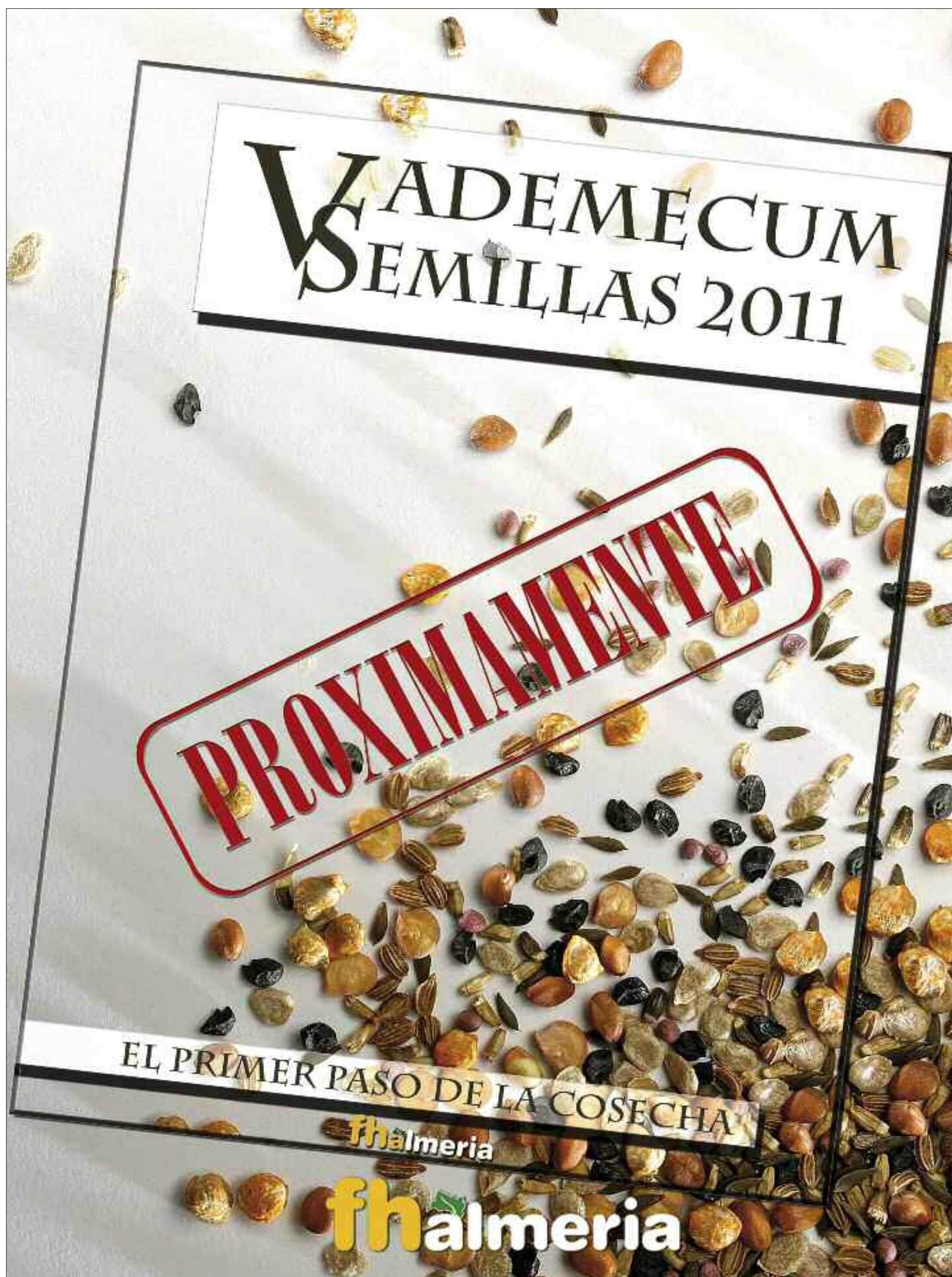
J. E. Ruiz

La ministra de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), Rosa Aguilar, y su homólogo francés, Bruno Le Maire, mantuvieron una reunión el pasado día 6, en París, en la que trataron una propuesta para modificar la regulación europea en el mercado de las frutas y hortalizas como respuesta a la "grave crisis que padece en el sector en estos momentos", según indicaron desde el MARM.

Entre otras cuestiones, esta cooperación bilateral tratará, en pri-

mer lugar, de dotar al sector de unas herramientas de gestión de crisis que faciliten la retirada a los productores independientes para aumentar su eficacia, así como indemnizaciones compensatorias de éstas adaptadas a la realidad del mercado. Asimismo, en período de crisis grave, aboga por la puesta en marcha inmediata de acciones de promoción para tranquilizar al consumidor.

Por último, ambos gobiernos consideran necesario que la regulación mejore la transparencia de los mercados, así como los mecanismos de precios de entrada.



Medio ambiente

AGRICULTURA ECOLÓGICA

Almería suma 3.000 nuevas hectáreas ecológicas certificadas por el CAAE en apenas seis meses

ASIMISMO, 71 NUEVOS PRODUCTORES DE HORTALIZAS, CEREAL Y ALMENDRO SE HAN DECANTADO POR ESTE TIPO DE PRODUCCIONES

■ Isabel Fernández

La provincia incrementó en 2.965'24 hectáreas su superficie ecológica certificada por el Comité Andaluz de Agricultura Ecológica (CAAE) entre enero y junio de este año, según los datos más recientes facilitados por este organismo, a la vez que 71 nuevos agricultores de almendra, cereal y hortalizas se sumaron a este modelo productivo. Esta cifra supone casi el 3% del incremento total de superficie registrado en la Comunidad andaluza y que asciende, según el CAAE, a 100.182 hectáreas. De este modo, Almería supera las 23.000 hectáreas certificadas por este organismo, mientras que el número de productores rompe la barrera de los 1.000.

A finales del año pasado, según recoge el Balance 2010 del CAAE, la superficie registrada por la provincia en su servicio de certificación ascendía a 20.143'86 hectáreas. Asimismo, eran 993 los operadores, de los que 934 eran productores y 59 elaboradores. Esta última cifra situaba a la provincia como la tercera a nivel andaluz en número de opera-



■ La provincia sigue al frente en número de operadores en este sector. / FHALMERÍA

dores, sólo por detrás de Córdoba y Granada.

El incremento producido en los seis primeros meses de este año pone de relieve la importancia que la agricultura ecológica va adquiriendo en la provincia, sobre todo entre cultivos extensivos como la almendra o el cereal, y va en consonancia con lo sucedido en el resto de Andalucía. Y es que, según los datos manejados por el CAAE, entre enero y junio de este año, se produjo un "aumento significativo" de la super-

ficie que en toda la Comunidad Autónoma se destina a la producción de ecológicos, situándose, de hecho, a las puertas del millón de hectáreas. De este modo, la producción ecológica impulsada por el CAAE suma ya 945.610 hectáreas en toda Andalucía y 11.063 operadores.

Almería, poco a poco, va encontrando su sitio dentro del sector de los ecológicos y, de hecho, a día de hoy, es una de las provincias españolas con mayor número de operadores en este sec-

tor, si bien es cierto que no se encuentra entre las de mayor superficie en producción. El auge de la agricultura ecológica en la provincia va relacionado, directamente, con la importancia que desde el sector se le da al hecho de dotar a las producciones almerienses de un mayor valor añadido, aunque, de momento, siguen existiendo dificultades a la hora de la comercialización. Y es que, los españoles y, por ende, los andaluces, aún no se han decantado de forma firme por el consumo de

este tipo de alimentos cultivados de forma más sostenible.

INDUSTRIA

Por otro lado, y en lo que respecta a la agroindustria ecológica, ésta creció un 22% en 2010, según recoge el Balance Estadístico de la Producción Ecológica de Andalucía, publicado por la Secretaría General del Medio Rural y de la Producción Ecológica de la Consejería de Agricultura y Pesca. En este sentido, y en relación a las actividades industriales que en Almería aplican métodos ecológicos, éstas ascienden a 66, la mayoría vinculadas a la manipulación y envasado de productos hortícolas en fresco, pero también a almazaras, zumos vegetales o conservas, entre otras.

Asimismo, desde la Administración autonómica indicaron que las diferentes actividades industriales de carácter ecológico ocupan casi 880.000 hectáreas de superficie, lo que supone un incremento del 1'51% con respecto a 2009. Andalucía suma, además, un total de 8.401 operadores distribuidos por las diferentes provincias, la mayoría, 1.692 en Almería. Para la Consejería del ramo, hay que incentivar que los productores apuesten por este tipo de producción basada en la óptima utilización de los recursos naturales sin emplear productos químicos.

APOYO ADMINISTRATIVO

■ I. F. G.

Más de 250 apicultores de la provincia se han acogido este año a la convocatoria de subvenciones del Programa Apícola Nacional. En total, se han solicitado ayudas por valor de 441.000 euros para la explotación de 81.000 colmenas. El objetivo de estas subvenciones es contribuir a la mejora de las condiciones de producción y comercialización de los productos de la apicultura. En este sentido, Juan Deus, delegado provincial de Agricultura y Pesca, destacó la importancia de estas ayudas para un sector que atraviesa una época difícil, pero que,

Más de 250 apicultores solicitan 440.000 euros en ayudas al sector

a pesar ello, "realiza una labor fundamental en la agricultura protegida de la provincia y contribuye al mantenimiento de la biodiversidad del campo".

Y es que no se puede pasar por alto que gran parte de las colmenas de la provincia se destinan a la cría de abejorros para polinización. De hecho, en la comarca de Poniente, que es la que cuen-

ta con un mayor censo de explotaciones apícolas (320) y colmenas (53.611) se trabaja, fundamentalmente, en la selección y cría de abejorros y en la polinización agrícola.

Por otro lado, además de la importante labor de polinización en comarcas agrícolas, el producto principal de las explotaciones avícolas de la provincia es la miel.

De hecho, ya el año pasado, la provincia produjo 2'7 millones de kilos de miel frente a los 786.000 kilos de 2009. Esta producción alcanzó un valor de 7 millones de euros, casi cuatro veces más que en 2009, cuando el valor de esta producción comercializada se situó en 1'8 millones de euros.

La mayor parte de las ayudas solicitadas por los apicultores al-

merienses es para la alimentación de los enjambres y la renovación de cera (219.600 euros); para inversiones en equipamiento de manipulación y transporte (136.000 euros); y para la adquisición de material para la identificación de colmenas y cuadros (23.700 euros). También se han pedido ayudas, según indicaron desde la Administración andaluza, para tratamientos contra la enfermedad de la varroasis, suscripción de seguros y la cría de reinas autóctonas para reposición de abejorros en caso de muerte. Estas ayudas son cofinanciadas por el Fondo Europeo Agrícola de Garantía, el Ministerio y la Junta.

Agenda



World Food Moscú reunirá en septiembre a miles de visitantes y profesionales de alimentos y bebidas

Del 13 al 16 de septiembre de 2011 se celebra una nueva edición de World Food Moscú. Este evento se ha convertido en un lugar de encuentro importante para la industria de alimentos y bebidas y una vibrante fuente de productos para el mercado ruso.

Los expositores se agrupan en nueve sectores principales, garantizando a los visitantes que pueden encontrar fácilmente los productos de interés, compararlos y hablar con sus fabricantes. World Food Moscú atrae a más de 60.000 profesionales del sector, lo

que incluye mayoristas, distribuidores, minoristas y restauradores.

Esto significa que los expositores pueden cumplir dos objetivos principales al mismo tiempo: se pueden encontrar un distribuidor fiable, a la vez que podrán medir la demanda de sus productos en este mercado en evolución. Con todo ello, durante cuatro días, los expositores se reunirán con clientes y tendrán la oportunidad de mostrar sus productos en existencia en las tiendas y supermercados en toda Rusia.



La feria italiana Macfrut ultima sus preparativos para reunir al sector hortofrutícola en octubre

Del 5 al 7 de octubre se celebra en Italia Macfrut, feria internacional dedicada al sector hortofrutícola, abre sus puertas a compradores, agentes y líderes de opinión de todo el mundo. Macfrut 2011 se anuncia como una edición rica en novedades. El evento, dedicado a la cadena productiva hortofrutícola, se llevará a cabo en los pabellones del recinto ferial de Cesena. La cita, que alcanza la 28ª edición, se ha consolidado como un observatorio privilegiado y un lugar de encuentro preferencial para los agentes del sector. Este año habrá un fuerte impulso gracias a la actividad

desempeñada por la extensa red de 'Embajadores Macfrut', se trata de profesionales encargados de organizar delegaciones de compradores, productores y líderes de opinión con interés en visitar la feria, provenientes de países europeos y extra-europeos. Entre ellos destacan Francia, Polonia, Reino Unido, Hungría, Rusia, India, países de África subsahariana, Turquía, Brasil, Argentina y países balcánicos; todos ellos son mercados con un gran interés en la adquisición de tecnología y el abastecimiento de productos hortofrutícolas de la cuenca del Mediterráneo.

■ FORMACIÓN

Madrid acoge en septiembre el VIII Congreso de Economía Agraria

Los días 14, 15 y 16 de septiembre de 2011 se celebra el VIII Congreso de Economía Agraria en la Escuela de Agrónomos de Madrid. En esta edición el lema escogido es 'El sistema agroalimentario y el mundo rural en una economía innovadora y sostenible'. Sus sesiones con-

tarán con la exposición y discusión de los trabajos de expertos nacionales e internacionales de distintos ámbitos: miembros de la Universidad, Centros de Investigación, Administración Española y organizaciones internacionales como la OCDE, Comisión Europea o la FAO.

■ FORO

FEMOGA llega este año a su XXVI edición

Del 16 al 18 de septiembre se celebra en la localidad aragonesa de Sariñena la XXVI Feria Industrial, agrícola y ganadera de Los Monegros, FEMOGA. Durante los tres días de feria, la organización del evento ha informado de que los profe-



sionales y visitantes que se den cita en el recinto se van a encontrar todas las novedades relacionadas con la ganadería, agricultura, comercio, servicios, automoción y maquinaria. Un nuevo punto de encuentro donde intercambiar impresiones.

■ ENCUENTRO

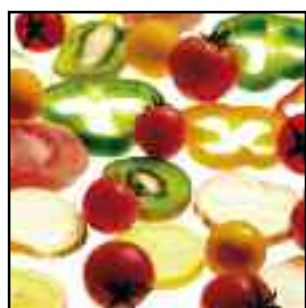
Jóvenes agricultores y ganaderos ecológicos

El primer 'Encuentro de jóvenes agricultores y ganaderos ecológicos', que se celebrará el próximo 22 de septiembre en Córdoba, está dirigido a profesionales del sector ecológico con edad inferior a 40 años y operadores ecológicos que han desarrollado iniciativas de éxito en el sector. La Asociación CAAE, que organiza el

evento, prevé la asistencia de un centenar de profesionales. La producción ecológica andaluza, que actualmente ocupa el 50% del total español, cumple una función económica, social y medioambiental muy importante, y es necesario dignificar este trabajo para potenciar la incorporación de profesionales al agro andaluz.

■ FERIA

La industria agroalimentaria andaluza se pone en valor con Andalucía Sabor



Del 20 al 22 de septiembre, en la ciudad de Sevilla, se celebra Andalucía Sabor. Se trata de un certamen eminentemente profesional que permite poner en valor la industria agroalimentaria andaluza y la calidad de unos productos que ya go-

zan del mayor prestigio en las mejores cocinas del mundo. Esta cita, que alcanza su tercera edición, está avalada por los resultados de las anteriores, celebradas en 2007 y 2009 y que congregaron a todo el sector a nivel internacional.

■ FERIA

Fruit Attraction acogerá este año el primer Congreso Internacional sobre producción y consumo de manzana

Fruit Attraction, feria profesional del sector hortofrutícola, que se celebrará del 19 al 21 de octubre en Feria de Madrid, acogerá por primera vez y en su tercera edición, el 1º Congreso Internacional sobre producción y consumo mundial de manzana, Ap-



ple Attraction. Se trata de un foro internacional donde los profesionales de mayor prestigio del sector de la manzana expondrán su visión sobre la situación actual y las perspectivas de futuro en las áreas de consumo, comercialización, distribución, etc.

'CRISIS INTERNA'

'Guerra abierta' en la Comunidad de Regantes de Rambla Morales

■ José Esteban Ruiz

Rambla Morales anda revuelta. a los problemas que acumulan, sobre todo económicos, siguen sumando rencillas personales en el seno de la comunidad. Tras el aplastante 'no' que dieron los socios en la última asamblea de la comunidad, nada gustaba a la Asociación de Perjudicados por la Comunidad Rambla Morales la última acción iniciada por su presidente, Juan Garrido, para volver a celebrar una asamblea de socios de la comunidad de regantes para insistir en la venta de la desaladora a ACUAMED y la novación del crédito que mantiene con La Caixa. Lo cierto es que el presidente de esta asociación, Bonifacio Berenguel, no entiende el cambio repentino del presidente de Rambla Morales que anunciaba su futura dimisión a finales del mes de julio y, algo menos de un mes y medio después, esté dispuesto a repetir la última asamblea. Berenguel califica de "indignante" la postura mantenida desde la presidencia que "pretende pasar por encima de la voluntad democrática de la mayoría ya expresada".

Esta insistencia desconcierta a Berenguel que recuerda a Juan Garrido las declaraciones en las que aseguraba que anunciaría su dimisión ante el fracaso de su propuesta. No obstante, afirma el presidente de la asociación, "sigue ahí aferrado a su cargo todavía cuando debería asumir dignamente ese resultado de una vez por todas, sin culpar a nadie de una decisión adop-



■ Juan Garrido, presidente de Rambla Morales y Javier Navarro, secretario de la comunidad de regantes.

tada por los comuneros libremente y esforzarse por dar cumplimiento a los estatutos de la comunidad que le obligan a presentar las cuentas a los socios sin que hasta la fecha las haya expuesto, desconociéndose la deuda actual de la comunidad".

Según explica el presidente de la Asociación de Perjudicados por la Comunidad, "ningún asociado se arrepiente de votar en contra de la operación propuesta, sino que por el contrario cada vez son más los que se unen a la asociación que cuenta ya con 300 miembros". Este aumento, señala Bonifacio Berenguel, es consecuencia de "la desconfianza que genera la política de Juan Garrido y los argumentos con los que se está intentando desesperadamente convencer a los comuneros, en los que se barajan unas cantidades que éstos tendrían que pagar en caso de producirse la venta, totalmente inverosímiles, y se ofrece una información sesgada y manipulada que ha llevado a muchos agricultores a sentirse engañados ante la falta de transparencia y claridad".

Sobre la recogida de firmas que se está llevando a cabo para repetir

la votación de la venta de la desaladora y renegociación del préstamo, Berenguel considera que "es dar una vuelta de tuerca más en el objetivo de la actual Junta de Gobierno para sacar adelante la operación a toda costa, no dudando en tergiversar la normativa de la comunidad al exigir sólo la mayoría simple de los asistentes para la aprobación de un acuerdo de tal envergadura".

Los comuneros de Rambla Morales, a juicio de Bonifacio Berenguel, "se cuestionan el futuro de una comunidad de regantes en la que la

mayoría de sus comuneros no consumen agua ni la necesitan, y pretenden salir de ella, siendo el principal obstáculo a su viabilidad económica la escasez de agricultores que les demandan agua, así como la enorme deuda que la asfixia, fruto de una nefasta gestión por parte de sus órganos directivos, sin que tenga sentido mantener la comunidad en estas condiciones".

Ante estas afirmaciones de Berenguel, la Junta de Gobierno de la Comunidad de Regantes Rambla Morales, al margen de su presidente, Juan Garrido, salían en su defensa. La directiva aclaraba que "no es nuestra intención votar de nuevo, sino que es el deseo manifestado por un grupo de comuneros". Se tratará en el orden del día de próximas asambleas, aseguran desde la Junta de Gobierno de Rambla Morales, "si finalmente lo solicitan los comuneros, como se trataría cualquier petición de algún comunero".

Sobre la recogida de firmas iniciada de la que acusaba Berenguel a Juan Garrido, desde la directiva mantienen que "no ha sido promovida ni por el presidente de la Comunidad ni por la Junta de Gobierno, sino por propios comuneros". Para la Junta de Gobierno de Rambla Morales, "es precipitado e imprudente que Berenguel no haya contactado con Juan Garrido para que le confirmase que estaba detrás de las informaciones, habiendo arremetido contra él de forma personal en lo que entendemos como una desviación de atención para no seguir perdiendo apoyos".

LA AGENDA DE SEPTIEMBRE

Comercio del PE decide sobre el futuro acuerdo UE-Marruecos

En un principio, el próximo 22 de septiembre la Comisión de Comercio Internacional del Parlamento Europeo someterá a votación el nuevo acuerdo elaborado en materia comercial entre la Unión Europea y Marruecos. Se pospuso en agosto.

Finaliza el plazo para presentar los programas operativos

La fecha límite de presentación de los programas y fondos operativos de las organizaciones de productores de frutas y hortalizas para el año 2011 finaliza el próximo 30 de septiembre, después de un mes de ampliación.



■ Frutas y hortalizas.

Solicitud de ayudas para modernizar las fincas

Hasta el próximo 19 de septiembre los productores podrán tramitar las correspondientes solicitudes para acceder a las ayudas sobre la modernización de explotaciones agrarias.

La reforma de la promoción de productos se debate en la UE

El Consejo de Ministros de Agricultura ha debatido sobre la necesidad de acometer reformas en la promoción de productos agrícolas en la Unión Europea. Hasta final de mes se aceptan sugerencias.

El sector agrario está pendiente de 100 millones de euros

El sector agrario espera la decisión de la Unión Europea sobre el gravamen del gasóleo agrícola. Teme que se elimine la devolución del Impuesto Especial de Hidrocarburos (IEH) que supone unos 100 millones de euros al año.