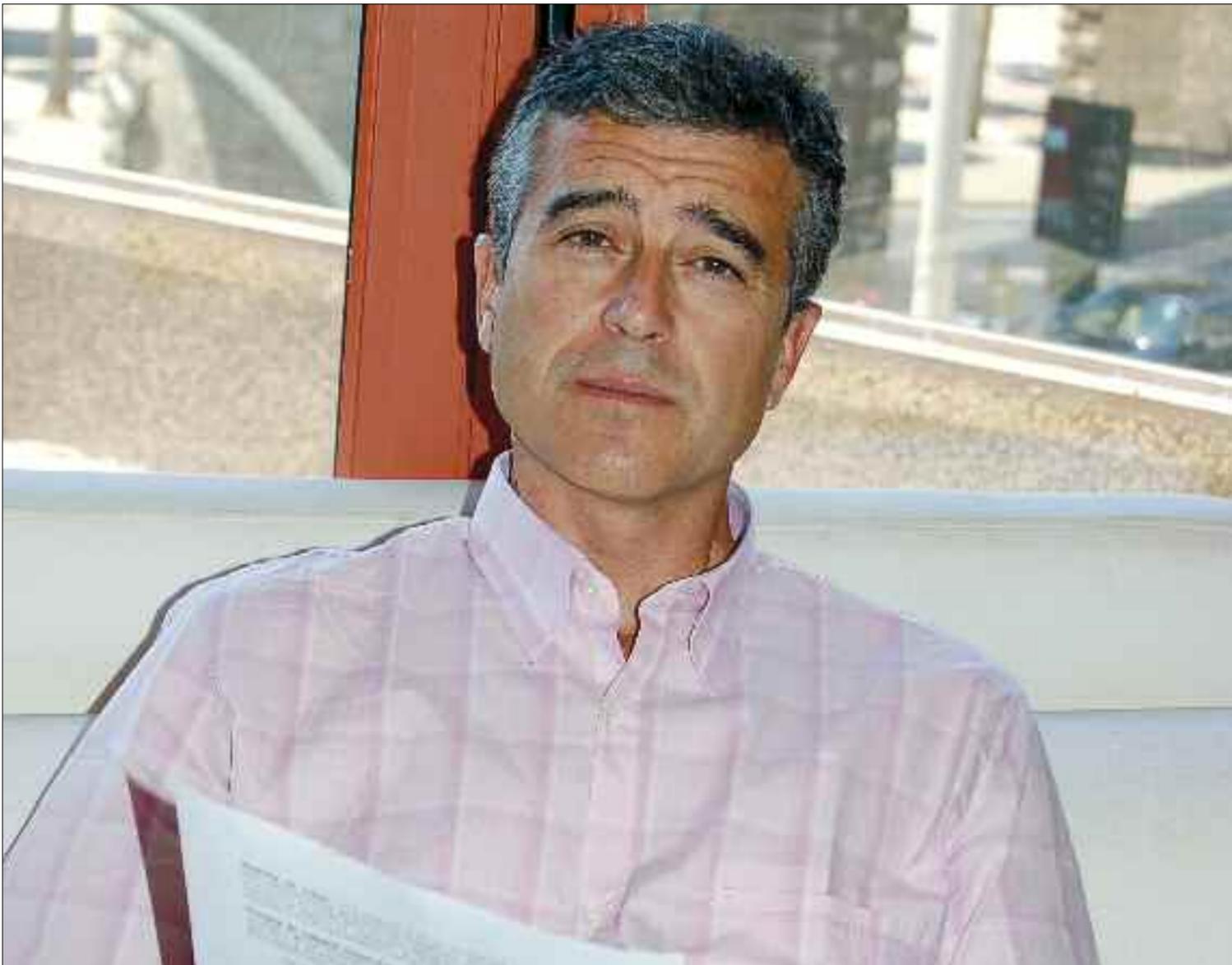


ACTUALIDAD

Las propuestas de Colomina enfrentan a COEXPHAL con el resto del sector hortofrutícola

La propuesta del gerente de COEXPHAL para abandonar HORTYFRUTA ha creado tal polvareda en el primer sector económico almeriense, que ha tenido que ser pospuesta hasta una segunda Asamblea General de los exportadores de esta asociación. Páginas 4 y 5



Juan Colomina, gerente de COEXPHAL. /FHALMERIA

ENTREVISTA

José M^a Andújar
PRESIDENTE DE CASI



CASI abandona COEXPHAL y critica que su gerente "se extralimita" en su labor Página 6

La Balsa del Sapo anega varios invernaderos al subir la lámina de agua por la lluvia Página 10

COMARCAS

Rijk Zwaan refuerza su apuesta por la I+D con la apertura de dos nuevos laboratorios P.15

ACTUALIDAD

Las cotizaciones medias de las hortalizas, sólo un 0,5% superiores en 2011/2012 respecto a la campaña anterior P.3

ANOS. BARRERA

SEMILLERO ESPECIALISTAS EN INJERTOS DE SANDIA, PEPINO Y MELONES RESERVELOS Y COMPRELOS YA
950 52 21 68
649 87 33 38
PUENTE DEL RIO - ADRA ALMERIA

Así fue Fruit Attraction 2012
Páginas 31 a 38

ESPECIAL Pepino, melón y sandía
P. 19 a 30

¿Los precios de las pizarras?

www.fhalmeria.com

Muy fácil

Entra en nuestra web y Pincha en



O escanea con tu móvil este código QR

No te costará nada



Opinión

Colomina se ahoga en sus propias decisiones

Algunos me dicen que la propuesta de COEXPHAL para abandonar HORTYFRUTA parte de los propios socios y no de su gerente Juan Colomina Figueredo. Cuando comento el asunto con miembros del sector y lanzo esta idea, mis interlocutores empiezan a reír y no paran.

Cuando argumento en mis exposiciones la excusa económica de los 60.000 euros, la respuesta de esos mismos interlocutores sigue siendo la misma: risas y más risas. Nadie da crédito a que en un presupuesto de 4.300.000 euros no haya una partida para sufragar los gastos de la Interprofesional.

Cuando digo que, desde COEXPHAL, su gerente comenta que HORTYFRUTA no le da los servicios acordes con la inversión que se hace, mis contertulios siguen incrédulos y risueños. Me pregun-

■ José Antonio GUTIÉRREZ ESCOBAR



"A Juan Colomina Figueredo sólo le queda una salida y no es, precisamente, por la puerta principal"

tan cómo es posible que el mismo Colomina se queje de los servicios o prestaciones de dicha entidad cuando la ha tenido en sus manos y ha hecho lo que le ha venido en gana desde su creación. Me contestan diciéndome que Colomina Figueredo tendría que dar explicaciones por haber convertido a esta organización interprofesional andaluza en un instrumento inservible, según él.

Un hecho claro y evidente de que la propuesta que ha incendiado el ambiente en el sector agrario almeriense y ha debilitado la imagen del ínclito gerente no parte de los asociados y sí de él mismo es que, en todo el aluvión de críticas contra Colomina, no ha salido nadie de su organización a defenderlo. Es más, no me creo tampoco esa orden de silencio que se suele dar en el Consejo Rector a propuesta de la Gerencia, salvo en la

figura del presidente, Manuel Galdeano.

Por otra parte, José María Andújar, presidente de CASI ha sido muy claro cuando ha anunciado su marcha de esta organización empresarial. Ha culpado, directamente, a Juan Colomina Figueredo de todo cuanto está pasando en el seno de esa organización.

La propuesta de abandono de HORTYFRUTA por parte de COEXPHAL ha debilitado mucho la imagen poderosa de Colomina. Una prueba evidente es lo sucedido con CASI y otra prueba más clara aún fue el apoyo público mostrado al presidente Francisco Góngora en el acto de presentación del informe anual de la campaña agrícola por parte de la Fundación Cajamar, donde Góngora estuvo acompañado en todo momento por el delegado de Agricultura y el presidente de Cajamar. El gerente de COEXPHAL, ausente.

El próximo 5 de diciembre, va a ser una fecha clave en el futuro de la dirección de COEXPHAL y para la propia Asociación. Si se queda dentro de la Interprofesional, el golpe recibido por la imagen y la credibilidad de Colomina Figueredo lo va a situar muy lejos de todos esos poderes que tan-

to alardeó tener. El primero de ellos es el que le daban sus propios socios; muchos dudan ahora de su trabajo, de su capacidad y de sus iniciativas, al menos eso es lo que comentan públicamente. Por otra parte, si los socios de COEXPHAL deciden quedarse en la organización interprofesional, la figura de su gerente va a quedar bastante relegada dentro de HORTYFRUTA por dos motivos. El primero es que desde la cúpula se le ha dicho muy claro que hay un presidente que ejerce como tal y que no se parece en nada a Manuel Galdeano. El otro motivo es que la puerta del delegado de Agricultura va a estar muy abierta para las empresas de COEXPHAL y no creo que lo esté tanto para Juan Colomina.

Enfrentado a los poderes políticos y financieros, desacreditado por sus propias decisiones, abandonado por las grandes empresas del sector y con una crisis económica que le agobia y le lleva a vender parte de la estructura de COEXPHAL y viendo cómo aquellos que le abandonaron crecen y crecen, mientras muchos de los suyos se hunden, a Juan Colomina Figueredo sólo le queda una salida y no es, precisamente, por la puerta principal.

COMERCIALIZACIÓN

La gran distribución desplazará a "mercados marginales" a los operadores más pequeños

■ Isabel Fernández

El poder de la gran distribución sobre la cadena agroalimentaria es tal que, de hecho, "está jugando un papel decisivo en la concentración en origen", según recoge el último Cuaderno de Estudios Agroalimentarios, coordinado por el profesor de la Universidad de Almería (UAL) José Ángel Aznar y editado por la Fundación Cajamar. En este estudio se afirma, además, que la centralización creciente de las decisiones de compra ha contribuido a incre-

mentar exponencialmente la capacidad negociadora de la gran distribución frente a los demás eslabones de la cadena de valor, algo que, además de ese "papel decisivo" en la concentración de la oferta en origen, está "situando a los operadores que no alcanzan las condiciones/dimensiones necesarias en mercados más estrechos, o incluso, marginales".

Esto podría implicar, a no muy largo plazo, un reajuste en el sector comercializador en origen en Almería, que, si bien ha puesto en marcha distintos procesos de con-

centración, a día de hoy sigue contando con más de 130 empresas. Pese a que, según un estudio de la Administración andaluza, las diez primeras empresas de la provincia controlan, en 2012, en torno al 68 % de la producción, lo cierto es que siguen siendo otras muchas las comercializadoras de menor envergadura y que estarían 'amenazadas' por este creciente poder de la distribución.

Esta situación de dominio de la gran distribución hace que, desde 2007, año en el que comenzó la actual crisis económica, la presión ejercida sobre los precios vaya "más allá de lo que sería lógico de acuerdo a la caída del consumo", según dice el artículo 'La estrategia de la gran distribución y su incidencia en la cadena de producción', recogido en la publicación. Esa presión sobre los precios es



■ Sólo las comercializadoras que 'se adapten' sobrevivirán. /FHALMERIA

tal que "no pueden permitir remunerar los costes de la mayor calidad o envasado, poniendo en cuestión, precisamente, a las mayores empresas" y haciendo que, en ocasiones, los agricultores vendan su producto por debajo, incluso, de sus costes de producción.

Por último, el estudio llama la atención sobre la relación comercial entre Almería y Alemania, su principal comprador. Precisamente en este país, "la consolidación del formato discount acentúa la negociación de precios a la baja".

fhalmería

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

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

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

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

Actualidad

CAJAMAR PRESENTA SU BALANCE DE CAMPAÑA

Las cotizaciones medias de los productos han sido solo un 0,5% superiores al año anterior

El Análisis de la Campaña Hortofrutícola 2011/2012 de Cajamar revela también un aumento de la producción y de las exportaciones

■ José Antonio Gutiérrez

El pasado miércoles, 28 de noviembre, en el Salón de Actos del Centro de Cultura de Cajamar, con la asistencia del presidente de honor de Cajamar, Juan del Águila Molina; el director del Servicio Técnico de Negocio Agroalimentario y Cooperativo, Roberto García Torrente; y el director del Servicio de Estudios, David Uclés, se presentó un informe con los datos más significativos, novedades y conclusiones del Análisis de la Campaña Hortofrutícola 2011/2012 en Almería. Según dicho informe, a pesar de la situación económica y del freno en la demanda interna, la superficie cultivada ha alcanzado las 29.991 hectáreas, aunque se han notado mermas en las hectáreas de tomate de otoño, berenjena y pepino. De hecho, la mayor parte de estos descensos se ha debido a un desplazamiento de la producción a pimiento, aunque también a calabacín y judía verde. El melón es otro de los productos que ha roto su tendencia decreciente, habiendo incrementado su cultivo en un 5,7%, sin embargo, no se llega a superar la superficie de hace dos campañas. En cuanto a la evolución de la producción, ésta ha subido un 5,6%. La mayor parte de los productos cultivados en la provincia han contribuido a este incremento, excepto el tomate, que ha mermado sus toneladas en un 5,7% con respecto a la campaña anterior, debido a las pérdidas de producción que tuvieron lugar a consecuencia de las bajas temperaturas alcanzadas en febrero. Los mayores incrementos alcanzados han venido de la mano de judías verdes, sandías y berenjenas. Estas última han superado las cifras volumétricas del anterior periodo, a pesar de que la superficie de cultivo ha sido algo menor.



■ Juan del Águila y David Uclés (dcha.) en uno de los momentos de la presentación del Informe de Cajamar. /FHALMERIA

Superado el bache de la 'E.coli' y ante la situación actual de una demanda débil por parte del consumidor, la agricultura ha mantenido una actitud firme y se ha postulado como el único sustento de la economía de la provincia. Los crecimientos apuntados se deben a que el agricultor ha apostado más por sacar provecho a sus recursos que por ampliar superficie. El estudio revela que se ha intensificado el cultivo y que, teniendo en cuenta los ciclos, se han llegado a explotar 46.140 hectáreas, un 3,4% más que en la campaña anterior. Muchos agricultores han recurrido al doble ciclo para maximizar los ingresos de sus explotaciones, al mismo tiempo que muchos de ellos y sus familiares, motivados por la carestía de la mano de obra, han resuelto el salario con un pago en especie y no dinerario.

PRECIOS

La evolución de los precios de las frutas y hortalizas ha sido positiva durante esta campaña, ya que las cotizaciones medias han sido un

0,5% superior. El valor de la producción ha aumentado en un 6,1% para los productos y un 6,5% para el total del sector productivo. Por productos destaca el tomate, que aún habiendo caído un 5,7% su producción y, por ende, su valor, ha sido el más demandado en los mercados internacionales, mejorando sus ventas en un 7,2% en peso y un 11,5% en valor. Sin embargo, la sandía es la que más ha retrocedido, un 25,2%.

El informe pone de manifiesto la voluntad de las comercializadoras por compensar la falta de dinamismo del mercado nacional apostando por las expediciones internacionales, lo que ha llevado una vez más a superar los registros anteriores. De hecho, el comportamiento de las exportaciones ha sido favorable durante la campaña, ya que han aumentado un 12,4% en volumen con respecto al ejercicio anterior. Además, también se ha producido un incremento en el valor económico de las mismas en un 9,2%. En este sentido, las hortalizas que más han aumentado sus

envíos al extranjero han sido la berenjena, el pepino y el pimiento. En cuanto al destino, el Informe indica que Alemania se mantiene como principal destino de nuestros productos, aumentando en un 15,6% la facturación, seguida de Francia, Reino Unido y Holanda.

COMPETENCIA

Entre las cuestiones a tener presentes de inmediato están las presiones por el aumento de la competencia, ante lo cual se recomienda continuar avanzando en las mejoras institucionales que permitan fortalecer al conjunto del sistema, así como a los elementos que lo conforman: agricultores y comercializadoras, principalmente. Llegado este punto, se manifiesta el deseo de que los proyectos ley que el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente elevó al Consejo de Ministros en octubre puedan entrar en vigor esta misma legislatura, pues recogen medidas para la transformación de la cadena de distribución agroalimentaria que permitirían reequili-

brar el poder entre los distintos eslabones.

El informe hace especial mención a que Almería debe transmitir al Ministerio la urgencia de poner en marcha estos proyectos ley, al tiempo que se ha de preparar para ello, pues nunca antes había existido un clima tan favorable para propiciar el crecimiento dimensional de las empresas comercializadoras. La Ley de Fomento de Integración Cooperativa busca aumentar el tamaño y la modernización de los agentes del principio de la cadena, mientras que la Ley de Medidas para Mejorar el Funcionamiento de la Cadena Agroalimentaria persigue reequilibrar su funcionamiento, haciéndola más eficaz y transparente. Ambas leyes inciden en la dimensión del primer eslabón, que resuelven con la entidad asociativa prioritaria, con una dimensión mínima, de carácter supraautonómica y en mayor disposición a obtener ayudas y beneficios.

Este análisis de la campaña destaca también como elemento fundamental a cuidar la confianza que confieren los consumidores finales a los productores. Una vez superada la crisis de la bacteria 'E. coli', y teniendo en cuenta que las alertas alimentarias dejan poso en la memoria de los consumidores, es importante continuar con una actitud responsable y seguir trabajando en sistemas de cultivo respetuosos con el medio ambiente y la salud de los consumidores.

Finalmente, cabe destacar que a la presentación del Informe de Cajamar asistió una nutrida representación del sector, resultando destacada la presencia del presidente de HORTYFRUTA, Francisco Góngora, acompañado por el presidente de Cajamar, Juan de la Cruz, y el delegado de Agricultura, José Manuel Ortiz. Entre las ausencias más destacadas resultó llamativa la de Juan Colomina Figueredo, el personaje más buscado después del asunto de la salida de COEXPHAL de la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía.

LA INTERPROFESIONAL, EN JAQUE

La huida de COEXPHAL de HORTYFRUTA crea un aluvión de críticas contra su gerente

Los exportadores quieren frenar la corriente negativa proponiendo en una nueva asamblea fórmulas para asumir el gasto de la cuota

■ José Antonio Gutiérrez

Juan Colomina ha incendiado el ambiente en el sector agrario almeriense con la propuesta hecha a sus asociados para abandonar HORTYFRUTA por el elevado coste de financiación, 60.000 euros a cambio de unos deficientes servicios.

Esta propuesta no termina de concretarse por el revuelo que se ha organizado con las declaraciones del propio delegado de Agricultura, el presidente Paco Góngora y la salida de CASI de COEXPHAL, anunciada por su propio presidente, José María Andújar, culpando al gerente de intentar llevar a cabo una propuesta que perjudica al sector.

Así las cosas, el 5 de diciembre hay una nueva Asamblea General de la Asociación que preside Manuel Galdeano, con el objetivo de acordar una cuota para seguir sufragando la pertenencia a la Interprofesional. En el orden del día de dicha Asamblea no se plantea valorar de nuevo el abandono, sino que se da por hecho que, salvo que los socios digan lo contrario, no se planteará la marcha de HORTYFRUTA y sí adoptar una cuota adicional para sufragar su coste.

Nadie del sector se explica cómo una decisión que supuestamente es aprobada en Asamblea General, se revoca de inmediato tras haber provocado un revuelo semejante.

La reacción del delegado de Agricultura, José Manuel Ortiz Bono, mostrando su contrariedad por lo sucedido no se ha hecho esperar. Lamentó que la Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de Almería (COEXPHAL) quiera abandonar la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA).

Y es que, a su juicio, “en el caso de llevarse a cabo el abandono, esta situación no beneficiaría en nada al campo”. El delegado no esconde que no le agrada, la intención de COEXPHAL y ha afir-



■ Manuel Galdeano, presidente de COEXPHAL, y su gerente, Juan Colomina, en la Asamblea del pasado 9 de noviembre. /FHALMERIA



■ Francisco Góngora, presidente de HORTYFRUTA, ha recibido el apoyo de todo el sector tras el anuncio de COEXPHAL.

mado que le consta “que dentro de la propia asociación hay asociados que están totalmente en contra de este abandono”.

El presidente de CASI, José María Andújar, ha confirmado que ya el pasado lunes, 19 de noviembre, la cooperativa presentó formalmente la baja en la Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de Almería (COEXPHAL). Una decisión que, según Andújar, tiene una motivación clara: “Nos-

otros apostamos por la unión del sector”, mientras que el amago de COEXPHAL de abandonar la Interprofesional, hace ya casi quince días, no va, ni mucho menos, en esta línea.

El presidente de CASI, José María Andújar, se ha referido al gerente de la Asociación de cosecheros, como una persona que “se ha extralimitado en sus funciones” y, de hecho, “hemos pedido que asuma sus responsabilidades”. Para Andújar, no es de recibo que

“este señor diga que COEXPHAL se va de HORTYFRUTA, que se monte el revuelo que se ha montado y, al final, dé marcha atrás”. “Este señor no es el representante de la Asociación”, ha concluido.

Las quejas del presidente de CASI derivaron en la salida de la mayor cooperativa de tomate de Europa de esa asociación empresarial.

Días después de todo el revuelo, nadie del sector se cree que la

huida de COEXPHAL tenga nada que ver con el coste de la Interprofesional y sí con la pérdida de poder de esta Asociación tras la llegada de ECOHAÑ al seno de la misma. Aunque también es cierto que la situación económica de la entidad que preside Manuel Galdeano no anda bien de fondos, prueba de ello es la venta del laboratorio a una empresa privada que ya está casi ultimada y la reducción de personal.

Otra versión sobre la propuesta de COEXPHAL de desvincularse se la Interprofesional apunta a las malas relaciones entre el presidente Francisco Góngora y el gerente Juan Colomina. Al parecer, la actitud firme de Góngora al frente de HORTYFRUTA no le ha gustado a Colomina Figueredo. Supuestamente la manobra sería abandonar esta organización para que terminara desapareciendo y así no tener que someterse a las decisiones que mayoritariamente se adopten en su seno.

Después del órdago lanzado por el gerente de los exportadores la situación creada es la siguiente. Desde HORTYFRUTA rechazan que ésta no sirva para nada, entre otras cosas porque es apenas tres meses cuando se ha incorporado la otra parte del sector co-

LA INTERPROFESIONAL EN JAQUE

mercializador y por lo tanto no se sabe si la unión del sector es posible o no. No ha dado tiempo a hacer tal comprobación.

Desde la Consejería de Agricultura se considera que "sería un paso atrás y un duro golpe para el sector". El consejero tampoco comparte la propuesta de Colomina.

En el seno de COEXPHAL hay voces discrepantes, hasta el punto de echar para atrás la propuesta después de haberla votado a favor, e incluso haber provocado la salida de la empresa más grande de esa Asociación.

Juan Colomina se enfrenta en solitario, nadie lo defiende públicamente ni siquiera su presidente, Manuel Galdeano, que guarda un sospechoso silencio, al rechazo de parte de sus asociados, al resto de HORTYFRUTA con su presidente Paco Góngora a la cabeza y a la Junta de Andalucía que siempre ha apoyado a la interprofesional "como el único interlocutor válido".

LA HISTORIA SE REPITE

No es la primera vez que el gerente de COEXPHAL se enfrenta a acusaciones directas de actuar a su antojo y no en nombre



■ Las dos mayores empresas de COEXPHAL han abandonado esta organización acusando al gerente por su salida. /FHALMERIA

de la organización de la que es gerente. En julio de 2008, Agroiris también solicitó la baja y acusó directamente a Colomina de ser el culpable de la marcha de la empresa que dirige Juan Antonio Díaz Planelles. Desde la dirección de la exportadora ejidenense se indicó que "el retorno de Agroiris no sería posible mien-

tras este señor ocupe la gerencia de esta organización". Desde la marcha de Agroiris de COEXPHAL, el crecimiento de la entidad que dirige Planelles ha sido imparable, siendo hoy una de las empresas más solventes y dimensionadas de la horticultura almeriense. Por su parte, la asociación de Colomina ha ido per-

diendo credibilidad y engordando una deuda que le impide poner en marcha proyectos como el complejo de instalaciones previstas para unificar los servicios en una misma área.

Los desencuentros del gerente de la asociación de exportadores también se han producido fuera del territorio almeriense donde

la agricultura intensiva de esta tierra tiene representación. Son conocidas las luchas contra el que fuera presidente de FAECA, Antonio Luque en los procesos electorales que siempre acabó perdiendo el candidato propuesto por Colomina Figueredo.

Así las cosas, los enfrentamientos del gerente han pasado un alto coste a esta organización empresarial que hoy ve cómo pierde representatividad por la desaparición de parte de sus empresas, las malas relaciones con estamentos financieros y de la administración y errores continuos en planteamientos que no conducen a nada.

Desde el seno de la propia Organización, hay voces que piden el cese del gerente e incluso, los aliados tradicionales se plantean su agotamiento de ideas.

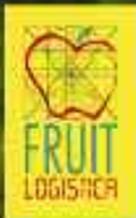
La complicada situación creada por COEXPHAL con su gerente al frente va a tener un nuevo capítulo 5 de diciembre cuando los asociados sepan que la cuota la Interprofesional asumida por la COEXPHAL, ahora va a tener que ser pagada por las empresas que no se encuentran, precisamente en la mejor situación para ello.

THE WORLD OF FRESH PRODUCE

FRUIT LOGISTICA

BERLÍN, 6 - 8 DE FEBRERO DE 2013

WWW.FRUITLOGISTICA.COM



En cooperación con

FRUCHTHANDEL
BERLIN

Brief Services, S.L.
Arzobispo Soriano, 320. 930
28033 Madrid
Tel: +34 910 672 767
Fax: +34 910 609 922
www.briefservices.com
beller@beller.es

Messe Berlin

CRISIS EN COEXPHAL

CASI abandona COEXPHAL y critica que su gerente "se extralimita" en su labor

Su presidente, José María Andújar, afirma que siempre defenderán la unión de un sector que COEXPHAL ha querido poner en jaque

■ Isabel Fernández

El pasado 19 de noviembre, CASI, la mayor cooperativa de tomate de Europa, presentó formalmente su baja en la Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de Almería (COEXPHAL). Se hacía tangible así la primera consecuencia del amago de COEXPHAL de abandonar la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA), una decisión que, aunque revocada, ya ha dejado tocada a la Asociación, que pierde al que sin duda es su mayor socio.

Tras presentar la baja, el presidente de CASI, José María Andújar, afirmó que esta decisión estaba más que justificada, puesto que "nosotros apostamos por la unión del sector", mientras que la intención de COEXPHAL de abandonar la Interprofesional no iba, ni mucho menos, en esta línea. Andújar se refirió, asimismo, al gerente de la asociación de cosecheros, Juan Colomina, como una persona que "se ha extralimitado en sus funciones" y, de hecho, "hemos pedido que asuma sus responsabilidades". Para



■ José María Andújar, presidente de CASI. /FHALMERIA

el presidente de CASI, no es de recibo que "este señor diga que COEXPHAL se va de HORTYFRUTA, que se monte el revuelo que se ha montado y, al final, dé marcha atrás". "Este señor no es el representante de la Asociación", concluyó.

Según indicó Andújar, la intención de COEXPHAL de abandonar la Interprofesional fue "la gota que colmó el vaso" y añadió que, bajo su punto de vista, "tenemos que luchar todos unidos por el bien del sector agrícola de Almería". La salida de CASI de COEXPHAL no es más que el fiel reflejo del descontento que generó

Los cosecheros pierden a su mayor cooperativa socia

Con la salida de CASI de COEXPHAL, la Asociación pierde a su mayor socio. Y es que la cooperativa que preside José María Andújar es la que mayor volumen de negocio genera de las asociadas a COEXPHAL y, por tanto, la que, hasta ahora, realizaba una mayor aportación económica.

en el seno de la asociación de cosecheros la propuesta de su gerente de abandonar HORTYFRUTA, máxime teniendo en cuenta que, desde su constitución, COEXPHAL había sido, sin lugar a dudas, una de las partes que más había peleado y defendido la creación y funcionamiento de la organización.

Por último, José María Andújar reconoció que ya ha habido otras asociaciones que se han interesado por que CASI forme parte de ellas; sin embargo, y de momento, la mayor cooperativa de tomate de Europa ha decidido continuar en solitario.

NEGOCIACIÓN

El manipulado convoca huelga para el 17, 18 y 19 de diciembre

■ I. F. G.

El sector del manipulado en la provincia ha convocado una huelga para los próximos días 17, 18 y 19 de diciembre, ante la imposibilidad de llegar a un acuerdo con la patronal para consensuar un nuevo convenio colectivo para los próximos cuatro años. Así lo ha afirmado Juan Sola, secretario general de la Federación de Trabajadores Agroalimentarios de UGT-Almería, quien ha explicado que, en la última reunión, a cambio de un incremento salarial del 2% por cada una de las próximas cuatro campañas que abarcaría el convenio, estuvieron dispuestos a aceptar la propuesta de la patronal de congelar la antigüedad; sin embargo, estos últimos "quieren un incremento salarial 0".

El próximo lunes, 3 de diciembre, ambas partes están llamadas a un SERCLA en el que, "si hay un acercamiento, retiraríamos la convocatoria de huelga". Si no, los sindicatos seguirían adelante. Según recordó Juan Sola, los trabajadores no están dispuestos a renunciar ni al incremento salarial, sobre todo teniendo en cuenta que, desde que se quedaron sin convenio, hace casi tres años, han perdido un 8'6% de su poder adquisitivo, ni a rebajar el plus de transporte.

NUEVO PRODUCTO DE SYNGENTA

Nemathorin 150 EC garantiza un control de nematodos sostenible

■ J. A. Gutiérrez

Syngenta acaba de presentar un nuevo producto que combate los nematodos en hortalizas, concretamente en tomate y berenjena. Nemathorin*150 EC, que así se llama, es un compuesto de alta eficiencia, no residual. Se aplica mediante riego localizado. Es de doble acción preventivo-nematostático y cuantitativo-nematicida. Es excelente para la protección del cultivo, respetuoso con los insectos

beneficiosos y no deja residuos en cosecha. Asimismo, mejora la seguridad para operarios y consumidores finales. Está recomendado para una buena estrategia de control de nemátodos. Actúa bien en altas y bajas temperaturas y es perfectamente efectivo en suelos arenosos, arcillosos y limosos.

Durante la presentación, la investigadora Soledad Verdejo-Lucas mostró un estudio en el que se ha seguido el desarrollo de los nematodos agalladores y cómo ata-



■ Presentación. /FHALMERIA

can a la raíz de la planta. Verdejo-Lucas explicó los efectos de estos parásitos en la planta, que termina con una senescencia precoz y la consiguiente pérdida de producción. La eliminación total del nematodo no es posible, según la investigadora, por lo tanto, hay que aprender a convivir con él.

Este parásito entra en la raíz y ahí se desarrolla. En un primer momento, está en el suelo, hasta que termina pasando al interior de la planta; es por ello que son necesarios los tratamientos preventivos antes de la siembra y, posteriormente, una vez que ya está el trasplante realizado. Verdejo-Lucas comentó que una estrategia global debe consistir en aplicar fórmulas de solarización

para desinfectar, arranque de raíces infectadas, uso de plantas resistentes y la aplicación de este nematicida.

Los trabajos realizados demuestran que la desaparición del nematodo no llega a ser del 100%, por lo que la actuación más contundente es aprender a combatirlo y a convivir con él en la plantación.

La presentación de Nemathorin* 150 EC corrió a cargo de Óscar Tenorio. La organización usó una práctica novedosa y poco usual en este tipo de actos, como fue la aparición de dos actores cómicos que se encargaron de escenificar, con gran acierto y con un elegante humor, cómo actúa este producto.

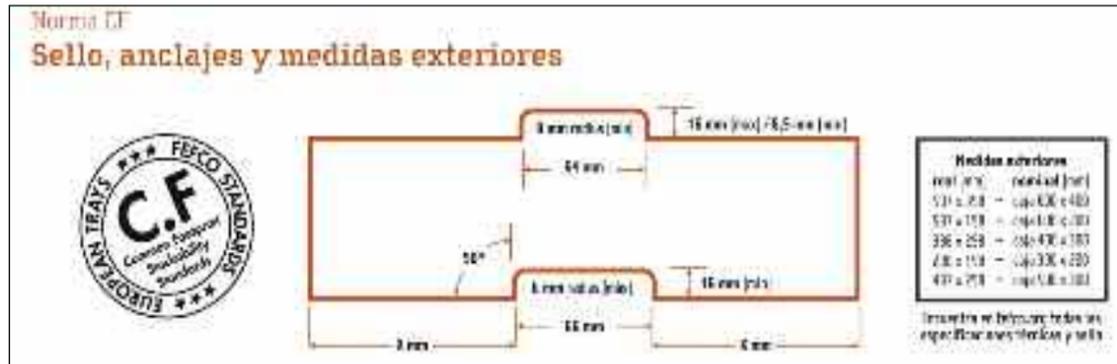
INTERCAMBIOS COMERCIALES MÁS FÁCILES

Norma FEFCO CF, la compatibilidad universal en todas las cajas de cartón

Esta estandarización aporta eficiencia logística, una mayor facilidad de almacenamiento y un ahorro de costes de hasta el 28 %

■ CIA

El CF (Common Footprint) de FEFCO, la Federación Europea de Fabricantes de Cartón Ondulado, es un estándar que normaliza las medidas exteriores y los anclajes de las cajas agrícolas de cartón ondulado con el objetivo de que estos envases sean siempre compatibles entre sí, sea cual sea su procedencia. Dada su importancia, el CF ha sido publicado en España como la Norma UNE 137005 y es compatible con la norma americana. Por eso, facilita los intercambios comerciales intraeuropeos y a ambos lados del Atlántico. En este sentido, supone un paso decisivo para



■ Medidas recogidas en la Norma FEFCO CF y que estandarizan las cajas de cartón ondulado. /FHALMERIA

optimizar la logística a nivel internacional. Las cajas con el sello CF están ya disponibles por parte de los fabricantes de envases y embalajes de cartón ondulado, a petición de sus clientes.

La creciente complejidad logística de los circuitos comerciales globales hace indispensables soluciones de estandarización que faciliten el movimiento de mercancías sin depender del país o el fabricante de procedencia. La Norma CF responde precisamente

a esta demanda de distribuidores y productores, con un diseño innovador que favorece la competitividad en costes logísticos a lo largo de la cadena de suministro.

Las cajas agrícolas que cumplen con el estándar CF aseguran un alto grado de eficiencia logística, tanto en envíos grandes como pequeños. Por otra parte, satisfacen las necesidades de apilamiento más exigentes y proporcionan total estabilidad y re-

sistencia en los procesos de picking. Los tamaños se ajustan a las dimensiones de la paleta europea (800x1200mm) y de la paleta industrial (1000x1200mm), con el fin de optimizar las cargas y evitar los espacios desaprovechados. De este modo, el transporte de frutas y hortalizas se rentabiliza al máximo. Así, las bandejas que llevan el sello CF permiten un ahorro significativo de costes en la cadena de suministro, que puede alcanzar has-

ta el 28 % del valor total del producto envasado.

COMPATIBLE Y VERSÁTIL

Estas bandejas CF, a la vez que presentan unos tamaños de base y unos anclajes estandarizados, siguen ofreciendo la infinita versatilidad ofrecida por los embalajes de cartón en general, porque cada bandeja mantiene la capacidad de adaptar su altura a las necesidades del producto contenido. Los orificios practicados en las cajas garantizan, además, una ventilación óptima y una refrigeración eficaz durante todas las etapas del transporte y almacenamiento de las frutas y hortalizas frescas.

En las cajas de cartón ondulado se puede imprimir toda clase de diseños, mensajes, imágenes o marcas, ya que son absolutamente personalizables. Por eso, el embalaje de cartón ondulado resulta más atractivo a los ojos del consumidor, que no solo lo prefiere por estética, sino porque cada vez está más concienciado de la importancia de proteger el medio ambiente, con envases y embalajes renovables, reciclables y biodegradables, en definitiva, embalajes sostenibles.



**Gana este fantástico
Kia Sportage y muchos
otros premios.**



BLACKJAK

Leonardita líquida de alta eficacia

El bioestimulante que mimas tus cultivos

Nutre tus cultivos con todas las ventajas:

- Máxima rentabilidad: más cobertura con pequeñas dosis.
- Cómodo y práctico: solubilidad inmediata.
- pH ácido (4-5)
- Contiene humina, ácidos úlmicos y nutrientes naturales.
- 100 % natural procedente de materia prima de alta calidad.



www.sipcamiberia.es

ENTREVISTA

ROSA BELMONTE ■ ■ ■ GERENTE DE AGRUPALMERÍA

“Nuestro objetivo es diversificar la oferta y ampliar nuestra cuota de mercado”

Agrupalmería está abriendo nuevas líneas de negocio a través de la comercialización y la confección para llegar a clientes más ‘especiales’

■ Isabel Fernández

Pregunta.- La nueva campaña agrícola está empezando a coger ritmo. ¿Qué expectativas tienen desde Agrupalmería?

Respuesta.- Las expectativas son las de todos los años: intentar mejorar y ampliar nuestras líneas de negocio. La campaña de tomate viene un poco atrasada, pero, en principio, las expectativas no son malas. En cualquier caso, vamos a ver qué ocurre, sobre todo teniendo en cuenta las cuestiones climatológicas y las noticias que nos lleguen de otros mercados, cuestiones que, directamente, no dependen de nosotros. A priori, la campaña pinta bien; a nivel de producción, el campo está bien, no hay virus ni nada, pero ya sabemos que esto, al final, depende de las condiciones climatológicas.

P.- Comentaba que la campaña de tomate se está retrasando un poco. ¿Qué podría suponer esto para el desarrollo del ejercicio?

R.- El problema que puede surgir es que, a lo mejor, en enero, se agolpe la producción. De todos modos, eso es algo que se irá viendo sobre la marcha, ya que hay que tener en cuenta que la campaña fuerte de tomate en la zona de La Cañada y El Alquíán comienza a finales de noviembre y se mantiene hasta el mes de mayo.

P.- Decía también que entre los objetivos para este año se encuentra el abordar nuevas líneas de negocio. ¿Esto es algo que ya está en marcha?

R.- Ya estamos trabajando en ello. Agrupalmería siempre se ha caracterizado por trabajar, directamente, en subasta. Este año, sin embargo, estamos abriendo nuevas líneas de negocio a través de la comercialización y del centro de manipulado que tenemos para poder llegar a otro tipo de mercados a los que resulta más difícil acceder desde la subasta. Entendemos que la comercialización y la confección suponen un traje más a medida para aquellos clientes que quieren al-



■ Rosa Belmonte es gerente de Agrupalmería desde principios de este año 2012. /FHALMERIA

gunos trabajos más específicos y que, a través de la subasta, no se les puede hacer.

P.- ¿Se plantean, por tanto, abrir nuevos mercados?

R.- Desde luego. Gracias a estas nuevas líneas de negocio estamos abriendo nuevos mercados. Nuestro objetivo es diversificar y ampliar no solo la oferta, sino también nuestra cuota de mercado.

P.- ¿Cuáles serían algunos?

R.- La verdad es que estamos trabajando aún en ello, pero le puedo decir que nos vamos a dirigir a los países más emergentes, como son Polonia o Rusia, y, lógicamente, vamos a seguir con nuestros mercados tradicionales, como son el mercado nacional y el europeo, con Francia, Inglaterra o Alemania como principales destinos. Lo que pretendemos además es, dentro de estos mercados, diversificarnos hacia otro tipo de clientes.

P.- Agrupalmería es uno de los referentes en la provincia en la producción y comercialización de tomate Raf. Cuando su campaña está a punto de comenzar, ¿qué objetivos se han marcado?

R.- El tomate Raf es un producto que está ya muy consolidado en el mercado. A nivel nacional, casi todo el mundo lo conoce ya y sabe diferenciar un tomate de otro. Puesto que se caracteriza por ser un producto de frío, su campaña comienza a finales de noviembre o principios de diciembre y dura hasta abril, aproximadamente. Nuestros objetivos para este año son seguir fidelizando a nuestros clientes e intentar abrir una línea para la exportación que, desde luego, queremos que funcione.

P.- Precisamente, el tomate Raf es uno de los que más trabas encuentra a la hora de la exportación, ¿no es así?

R.- Su rápida maduración es uno de los mayores problemas que nos encontramos para la exportación; sin embargo, estamos trabajando en la búsqueda de la fórmula que nos permita que llegue a esos mercados en las condiciones más óptimas.

P.- Volviendo sobre esas nuevas líneas de negocio. ¿Su puesta en marcha ha implicado algún cambio en lo que respecta a los tipos

de tomate o variedades que comercializa Agrupalmería?

R.- Desde luego que sí. De hecho, esta campaña hemos introducido una nueva variedad, que es el tomate zebra, un tipo cherry pero algo más grande, rayado y que tiene muy buen sabor; se podría decir que está entre un tomate convencional y un tomate Raf.

P.- ¿Hasta qué punto es complicado para una empresa ofrecer lo que el cliente realmente quiere?

R.- Bueno, a veces el cliente tampoco conoce todos tus productos y tú tienes que venderlos, tienes que hacerle llegar al cliente la información suficiente para que conozca esos productos, sobre todo en el tema de las especialidades, y, al final, generarle esa necesidad.

P.- Y pensando de nuevo en los clientes, en los últimos años, las cadenas de distribución se están afanando en conseguir el ‘residuo 0’. ¿Cómo logran dar respuesta a esta demanda desde Agrupalmería?

R.- Aquí seguimos haciendo controles diarios de las partidas que

van entrando y, en eso, sí que estamos muy concienciados. Con todos los problemas que ha habido, no concretamente en el sector, pero que nos han salpicado, somos bastante estrictos, rigurosos y tratamos de poner todas las medidas de control para evitarlos. Para ello, nuestros técnicos mantienen un contacto muy directo con nuestros agricultores. Además, en la actualidad, desde la entidad estamos recomendando a los agricultores que comiencen a utilizar lucha biológica en las fincas, ya que está teniendo muy buen resultado e implica tener que hacer menos aplicaciones.

P.- Agrupalmería forma parte de Grupo Femago. ¿Qué supone para la empresa poder contar con este respaldo?

R.- Es algo muy importante. Cada una de las empresas del Grupo es especialista en un determinado tipo de producto por la zona en la que se encuentra y, realmente, entre todas, formamos un gran equipo, ya que podemos ofrecer a todos nuestros clientes todos los productos que necesiten. Agrupalmería es especialista en tomate, Femago lo es en hortalizas, en general, y Agrocastell es especialista en pepino, luego, cada una de las empresas aporta al cliente una serie de productos tan variados que hace que no se tenga que ir a buscarlos fuera del Grupo.

P.- Por último, Agrupalmería estuvo presente en Fruit Attraction. ¿Qué balance hace de su participación?

R.- La verdad es que nuestro balance es muy satisfactorio. Fruit Attraction lleva muy poco tiempo celebrándose, pero, cada año, el grado de satisfacción, para todos en general, es muy alto. Nos permite cumplir nuestras expectativas, e incluso, superarlas. La fecha en la que se celebra se corresponde con nuestro inicio de campaña y es, por tanto, el mejor momento para poder fidelizar las relaciones comerciales que ya tienes y entablar nuevas. La edición de este año ha sido, además, nuestro punto de partida para la preparación de la campaña y para la presentación a nuestros clientes de las distintas gamas de producto y formatos que les podemos ofrecer, propuestas que han acogido muy bien.

control de plagas en el cultivo de pimiento

Rienda suelta a los especialistas



SwirskiLine as



Bioline

syngenta

insectos y ácaros beneficiosos
depredación controlada

Presentación en sobres GEMINI de liberación optimizada patentados por Syngenta.

Comarcas

EXIGEN MEDIDAS URGENTES

La Balsa del Sapo anega varios invernaderos al subir la lámina de agua con las lluvias

Esta problemática ya la trató el primer Gobierno de Aznar, sin embargo, ningún partido ha trabajado para acabar con esta situación

■ Rafa Villegas

Los últimos días de octubre y el comienzo del mes de noviembre ha sido muy lluvioso y ello no ha tardado en repercutir directamente en la zona del humedal de la Balsa del Sapo, que tantos problemas ha causado a los agricultores de los alrededores en las últimas cuatro campañas agrícolas, anegándose, nuevamente, algunas fincas y existiendo, incluso, riesgo para la población civil.

La preocupación por la subida de la lámina de agua de la Balsa del Sapo ha estado más que justificada. Y es que, según los datos oficiales de la Concejalía de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Ayuntamiento de El Ejido, a fecha de 7 de noviembre, con las últimas lluvias la lámina de agua subió un total de 15 centímetros, con un incremento medio de un centímetro por día.

La espectacular subida que ha experimentado el humedal de la Balsa del Sapo en los últimos días podría ser aún mayor si, como han asegurado desde la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía en las próximas semanas tengan lugar los típicos retornos de las aguas de lluvia y del propio acuífero.

En cuanto a la distancia actual del agua a la carretera, los técnicos autonómicos han comprobado que es de dos metros. Respecto a la subida de lámina de agua de los últimos días, que desde el 28 de septiembre ha cifrado en 11 centímetros, los expertos de la Junta consideran que “es normal, ya que, además del hecho de que la campaña hortofrutícola está en plena producción, lo que incrementa el volumen de los retornos de agua de riego, hay que tener en cuenta el agua procedente de las ramblas que desembocan en esta zona, así



■ En las cuatro últimas campañas agrícolas los problemas en la Balsa del Sapo han sido una constante, especialmente en las estaciones otoñal e invernal. /FHALMERIA

como la subida del nivel de los acuíferos, por las infiltraciones de toda esta agua”.

Respecto a esta situación, el presidente de la Asociación La Cañada de Las Norias, José Antonio Vargas, ha confirmado que “con la lluvia ha subido rápidamente la lámina de agua de la balsa, como consecuencia de que todas las corrientes de la zona van a parar ahí”. Además, ha asegurado que los problemas no han tardado en originarse en fincas castigadas también en años anteriores por las crecidas. En algunas, incluso, como ha afirmado Vargas, “se han sobrepasado los 20 centímetros de agua”.

De seguir lloviendo en las próximas semanas con intensidad, el problema radica en que “no sólo se sigan repitiendo los episodios de inundaciones en las fincas más cercanas al humedal, sino que también se vean afectados invernaderos que aún no se han inundado nunca”, como ha asegurado Vargas.

José Antonio Vargas ha hecho un nuevo llamamiento para que el Go-

bierno de España siga trabajando y “termine el proyecto e incluyan para los Presupuestos Generales del Estado de 2013, que se están debatiendo ahora en el Parlamento, la construcción del túnel que permitirá la tan necesaria bajada de la lámina de agua”.

En cuanto al Gobierno de la Junta de Andalucía, José Antonio Vargas ha recordado que el consejero de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente se comprometió “el día 9 de junio a poner en marcha en el mes de diciembre un bombeo adicional para la Balsa del Sapo, plazo que le rogamos cumpla a rajatabla, que no se demore ni un solo día”.

Con las bombas de extracción adicionales y la construcción del túnel se lograría por fin, como tanto anhelan en la localidad ejidense de Las Norias, un mayor colchón que evitaría daños mayores en caso de una fuerte avenida de agua.

Cabe recordar que, como ha explicado Vargas, “hasta que no acaben con este problema sigue co-

rriendo peligro la propia población. Si se inunda Las Norias quedaría anegada durante meses, ya que no existe salida natural del agua, por lo que tendría que subir mucho el nivel para que comenzara a desaguar hacia el término municipal de Roquetas de Mar.

CRUCE DE ACUSACIONES

Esta situación y los continuos enfrentamientos entre los distintos partidos políticos por este problema ha llevado al concejal de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Ayuntamiento de El Ejido, Manuel Gómez Galera, a criticar duramente a los responsables del PSOE ejidense por, a su juicio, “dedicarse a criticar al Ayuntamiento de El Ejido en vez de presionar a la Junta de Andalucía para que terminen las obras de bombeo adicional en el humedal”.

Por otra parte, desde la Consejería, el delegado territorial de Agricultura en Almería, José Manuel Ortiz Bono, ha asegurado que si bien mantienen “la impulsión continua de 180 litros por segundo des-

de las balsas al mar, se trata de una solución provisional puesta en marcha por la Junta de Andalucía con el fin de defender las zonas próximas a la balsa”. No obstante, el delegado ha querido dejar claro que esta medida se pensó “para bajar los niveles de las balsas en las circunstancias del tiempo en que se programó y ejecutó la obra (2007)”.

Por todo ello, Ortiz exculpa a la Junta del aumento del nivel del acuífero de varios metros entre finales de 2009 y principios de 2010. Además recuerda que “la obra que deberá poner fin de forma definitiva a estos problemas y, sobre todo, a los problemas de inundabilidad, es el túnel de desagüe de la balsa, que fue declarada de interés general del Estado en 1998 por el primer Gobierno de Aznar, y que fue calificada entonces como de ‘alto riesgo de inundación, con los mayores coeficientes de peligrosidad’”. Además, ha recordado que “ahora, gracias a las gestiones de la Junta ante el Gobierno, en enero de 2011 se firmó un convenio con la sociedad estatal Acuamed

EXIGEN MEDIDAS URGENTES

para la redacción del proyecto”, redacción que realiza actualmente esta entidad. Además, ha recordado que visto que la solución definitiva aún está en fase de redacción del proyecto, y debido a las continuas subidas de los niveles de las balsas y sus correspondientes inundaciones, la Junta está instalando un bombeo adicional, provisional, para bajar la lámina de agua a una cota de seguridad para personas y bienes.

El delegado territorial insiste en que de haber solucionado el problema en su debido momento el Gobierno central, “todos estos daños provocados por la subida de niveles se hubiesen podido evitar a los ciudadanos, y además la Junta de Andalucía y los contribuyentes andaluces no hubieran tenido que gastar en torno a los 13 millones de euros (7 ya invertidos y 5,8 de la nueva obra de impulsión ya iniciada)”.

Sin embargo, Ortiz Bono tiene muy claro que “el actual Gobierno de España no tiene pensado cumplir ni con los afectados ni con sus obligaciones legales, puesto que en el proyecto de presupuestos para 2013 no hay ni un euro para la ejecución de esta imprescindible infraestructura de desagüe”.



■ Invernadero de San Silvestre anegado por la rotura de la tubería de extracción de agua del humedal ejidense. /FHALMERIA

ROTURA DE UNA TUBERÍA

A la profunda preocupación por la subida de la lámina de agua en la Balsa del Sapo se ha unido una avería en una de las tuberías de bombeo del humedal que ha provocado la inundación de varios invernaderos, en este caso en la zona de San Silvestre, siempre en el término municipal de El Ejido.

Concretamente, según Pablo, uno de los agricultores que contactó con la organización agraria COAG para ponerle en conocimiento de la situación, “la tubería podría haberse roto en torno a las cinco y media de la madrugada. Rápidamente hemos avisado para que corten el bombeo de la tubería pero después de haberla cortado continúa saliendo una importante cantidad de agua que ya estaba dentro de la tubería”.

Una vez conocidos los hechos,

la Policía Local redactó un informe y se tomaron fotografías del estado de los invernaderos. Además, los productores realizaron, a través de su perito, otro informe de daños con la intención de solicitar responsabilidades a la Consejería de Agricultura y Medio Ambiente, propietaria de la tubería y la que debe hacerse cargo de las pérdidas ocasionadas por la avería.

Desde COAG tampoco dudaron en exigirle a la Junta que “se responsabilice de los daños ocasionados en estas explotaciones agrarias”. Aseguraron que “este tipo de sucesos son avisos. Probablemente esta tubería ha reventado por la presión del agua, pero no podemos olvidar que con el humedal existe un problema muy grave que finalmente provocará una catástrofe natural y humana”. Añadie-

ron que “después de que eso suceda, lo que haga la Administración no servirá de nada porque será tarde; el momento de actuar de forma definitiva es ahora y no cuando suceden desgracias”.

Por otra parte, COAG recordó que no es de recibo que “en cuanto llueve con un poco de intensidad carreteras secundarias y accesos a invernaderos queden intransitables”. Consideran que la Administración “no quiere ver que la agricultura es el motor económico de nuestra provincia y por ello es necesario que el acceso a las explotaciones agrarias esté lo más adecentado posible”. Desde COAG lamentaron que las carreteras y caminos “parecen auténticos embalses con arrastres y ya es hora de que se arreglen unas infraestructuras que producen no-

torias molestias a agricultores y vecinos”.

COAG ya presentó hace unas semanas un escrito en la Delegación de Agricultura donde dejaban constancia de la preocupación de agricultores y ganaderos de la provincia ante el estado que presentan los cauces, ramblas, afluentes y canalizaciones cercanas a los invernaderos que se encuentran llenos de malezas, retamas, plantas que han crecido y otras basuras que dificultan el tránsito del agua.

Según informaron, “en ese escrito solicitamos a la Delegación que aclare las competencias de actuación de las administraciones sobre los distintos cauces, ramblas, afluentes y canalizaciones para exigirles la limpieza de las mismas”. Aseguran ser “la voz de los agricultores y ganaderos de la provin-

cia” y quisieron dejar constancia de la gran preocupación existente porque episodios de lluvias continuadas, como los registrados en la recta inicial de noviembre, pueden provocar desbordamientos que afecten a las explotaciones agrarias.

¿CULPABLE UN AGRICULTOR?

Una vez conocida la incidencia, técnicos de la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente se desplazaron al lugar y comprobaron que la rotura podría haberse producido “por el desplazamiento de la tubería, originado por la socavación y el movimiento del punto de apoyo próximo a la válvula”. Y es que, una de las hipótesis que barajan los técnicos es que la captación de agua de esa tubería sin autorización administrativa podría ser la causa de la rotura. Según el informe que redactaron, se encontraron una instalación de captación muy precaria, una manguera de plástico, que al parecer estaba siendo utilizada para derivar agua de la tubería de impulsión hacia una balsa.

Los técnicos consideran que podría haber ocurrido un fallo en la captación irregular, lo que habría provocado la fuga de agua que, junto a la procedente de la lluvia, discurrió por una acequia hasta los cimientos de apoyo, provocando la rotura del ramal y la consiguiente fuga de agua, que afectó a varias explotaciones agrícolas próximas.

Debido a este problema, los técnicos se vieron obligados a interrumpir casi siete horas el bombeo. Extracción de agua que se restableció, una vez reparada provisionalmente la instalación, minutos antes de las tres de la tarde. La Consejería se ha comprometido a analizar los informes de daños que presenten los titulares de las fincas afectadas por la fuga de agua, si bien han avisado de que ya se han puesto en contacto con sus servicios jurídicos para que estudien la posibilidad de interponer una denuncia contra la persona o personas que hubieran realizado la captación de agua de la tubería de bombeo sin autorización.

www.regantessolyarena.com

AVANZANDO CON EFICIENCIA EN LA GESTIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL AGUA

Sol y Arena
Comunidad Comarcal de Regantes

EN BREVE

Desempleados de Vícar aprenden a gestionar una explotación agrícola con su propio ordenador

■ CIA

El departamento de Empleo del Ayuntamiento de Vícar y el Servicio Andaluz de Empleo han puesto en marcha en La Gangosa una nueva acción formativa dirigida a desempleados menores de 30 años y destinada a la Gestión Informatizada de la Explotación Agraria. En ella toman parte quince jóvenes del municipio, que a lo largo de 65 días, recibirán formación hasta completar las 425 horas establecidas en el curso, entre teoría y práctica.

El Ayuntamiento de El Ejido prevé invertir 200.000 euros en la mejora de vías rurales del municipio

■ R. V. A.

La Concejalía de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Ayuntamiento de El Ejido prevé invertir el próximo año 2013 unos 200.000 euros para seguir desarrollando la amplia red de caminos rurales del municipio, cuantía que se completará con partidas en gastos corrientes. El encargado de explicarlo ha sido el portavoz del equipo de gobierno y concejal de Hacienda del Consistorio ejidense, José Francisco Rivera.



El concejal de Agricultura ejidense exige a la Junta solución para tratar los restos vegetales del campo

■ R. V. A.

El Ayuntamiento de El Ejido va a solicitar a la Junta de Andalucía que actúe de urgencia en el tratamiento de los restos vegetales. El concejal de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente ejidense, Manuel Gómez Galera, ha señalado que "sólo nuestro municipio genera 350.000 toneladas de restos vegetales al año, diez veces más que de residuos urbanos, que de no tratarse adecuadamente podría poner en peligro la actividad agraria".

RECOGIENDO FRUTOS

Clisol Agro ofertará sus servicios a través del mayor touroperador europeo

El esfuerzo de la gerente de la empresa, Lola Gómez, sigue dando sus frutos. El campo almeriense es, sin duda, un gran beneficiado.

■ Rafa Villegas

El gran esfuerzo que lleva realizando muchos años la gerente de Clisol Agro, Lola Gómez Ferrón, para hacer del binomio agricultura-turismo una oportunidad económica para toda la provincia de Almería está dando resultados. Tras años recibiendo visitas, a través de distintos touroperadores, de ciudadanos de todo el mundo, esta empresa ejidense ha dado un paso más y ha firmado un acuerdo con TUI España, por el que, aprovechando todas las sinergias, van a ofrecer sus servicios con el mayor touroperador europeo.

El acuerdo entre ambas partes se dio a conocer el pasado martes, 30 de octubre, y tiene como objetivo dar a conocer la realidad agrícola ejidense, "no sólo a los profesionales del sector agrario, como agricultores o técnicos, sino también a universitarios de cualquier índole relacionados con la producción de alimentos, temática de medio ambiente, arquitectura paisajística, recursos naturales, además de colectivos como las organizaciones de consumidores, de amas de casa o ecologistas", como ha



■ Lola Gómez, gerente de Clisol Agro, tercera por la izquierda en la presentación del acuerdo con Tui. /FHALMERIA

explicado Gómez. En definitiva, a cualquier colectivo que tenga interés en conocer cómo se cultivan las hortalizas, ¿qué pasa bajo el Mar de Plástico?, ¿cómo empezó todo?, ¿cómo ha evolucionado? Y ¿qué se está haciendo de cara al futuro?

Con este acuerdo, Clisol Agro se va a encargar, lógicamente, de la parte agrícola, mientras que a TUI le va a corresponder la logística, es decir, la venta del circuito, así como la contratación de los hoteles, restaurantes, etc...

Para Gómez Ferrón, "el binomio agricultura-turismo es perfecto. Los turistas, profesionales o no, que nos visiten van a ser prescriptores de nuestras hortalizas y de nuestro turismo". Y es que, la gerente de Clisol Agro

considera que "este tipo de colectivos crea muchísima opinión, no es un turista convencional. Además, cuando vuelvan a sus países de origen van a ser también prescriptores de nuestro clima y nuestra provincia".

El circuito con visita a las instalaciones de Clisol Agro, a comercializadoras, fábrica de plásticos, laboratorios de análisis microbiológicos y fitosanitarios, así como, incluso, a una desaladora, centros de experimentación agrícola o una central solar se ha titulado: 'Almería, el Arte de humanizar las plantas'.

A la presentación del circuito, que corrió a cargo de Lola Gómez, por Clisol Agro, y Ramona Gálvez, por TUI España, no

quiso faltar el delegado territorial de la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, José Manuel Ortiz Bono, quien aseguró que "iniciativas de este tipo tienen una gran importancia, ya que contribuyen a aumentar el grado de conocimiento de la horticultura de Almería por parte de quienes adquieren nuestros productos y, por tanto, a poner en valor las bondades y cualidades de las frutas y hortalizas". Ortiz ha resaltado la "pasión que la gerente de Clisol Agro pone tanto en este proyecto como en la defensa de las frutas y hortalizas de Almería, unos productos que son lo más sanos y seguros porque se cultivan con los métodos más respetuosos para el medio ambiente".

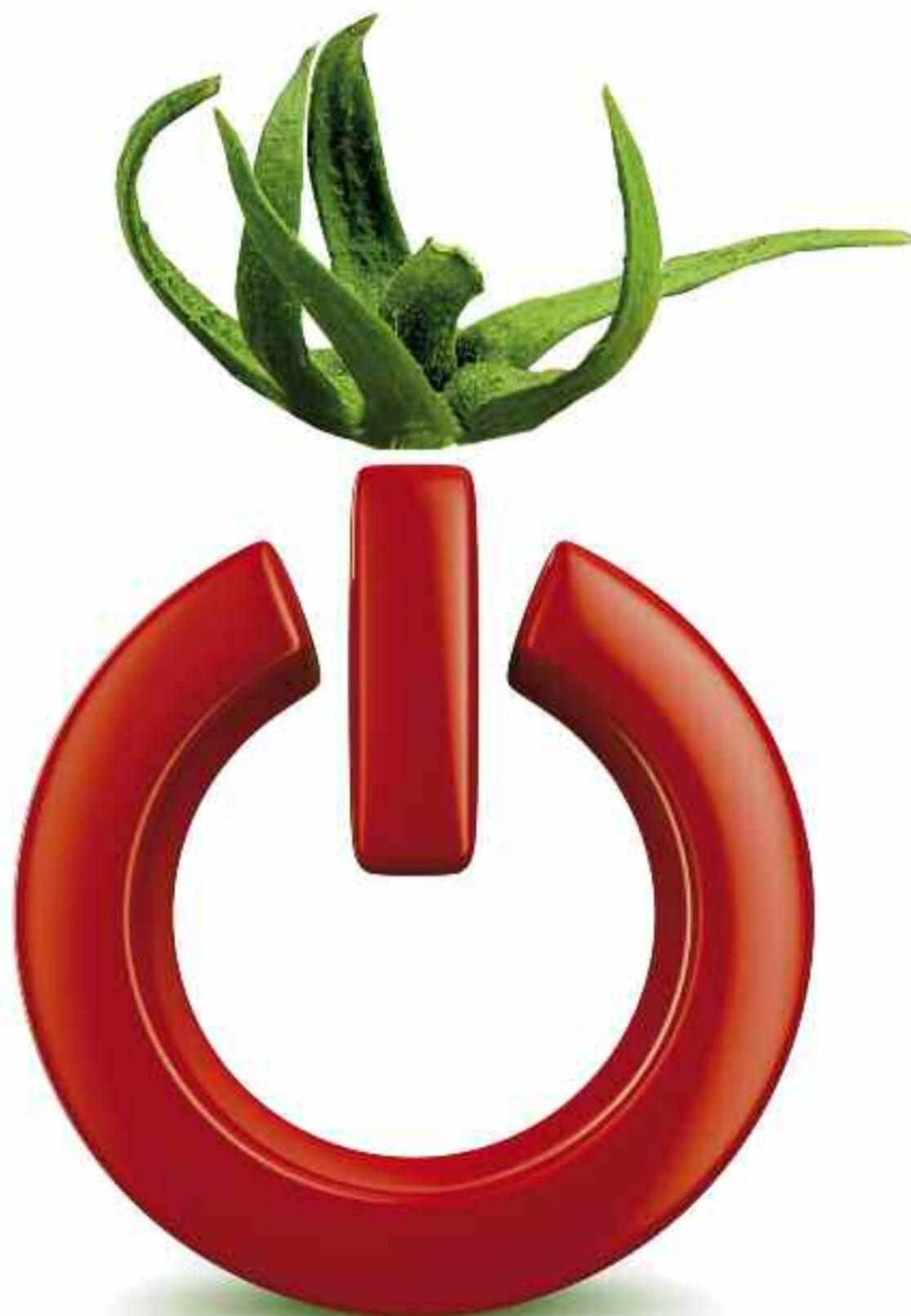
CONTADORES Y CONEXIONES

Sol y Arena ha invertido en torno a 7 millones de euros desde 2005

■ I. F. G.

La Comunidad de Regantes Sol y Arena ha invertido en torno a 7 millones de euros en la instalación de contadores y en la conexión de todos sus sectores de riego desde el año 2005. Así, en sólo siete años, ha pasado de tener 42 contadores instalados a más de 4.000, cubriendo el 90 % del total de su superficie de riego. De hecho, el presidente de la Comunidad, Juan Romero, afirmó que "hemos pasado de tener cubiertas 30 hectáreas de la Comunidad a más de 4.000". Hoy por hoy, apenas falta por instalar en torno a un 8 % de los contadores para cubrir toda la superficie de riego de Sol y Arena, un porcentaje que, según Romero, "esperamos finalizar en los próximos dos años".

Además, Sol y Arena ha sustituido el antiguo sistema de canalillas por tuberías de polietileno, modernizando, de este modo, las redes de riego de la Comunidad. Según explicó Juan Romero, "se ha conectado el sector IV con el sector III y también están interconectados todos los sectores de la Comunidad, con la idea de ir permitiendo que cualquier avería afecte al menor número de hectáreas posible". Todas las obras se están acometiendo con dinero de la comunidad.



Reiníciate

Cuando se llega al final de un ciclo hay que reflexionar y tomar decisiones que lleven de nuevo al camino del éxito. Hay que "reiniciarse".

En Agrupalmería estamos cambiando las cosas para estar más cerca de ti, ofrecerte mejores servicios y encontrar nuevos caminos que pongan en valor nuestros productos y nos lleven juntos al éxito en la comercialización.

En Agrupalmería ya nos hemos reiniciado ¿quieres conocer todas las ventajas que te esperan en el futuro?

Te esperamos.



PREVISIONES EJERCICIO 2012/2013

La provincia podría perder incluso la mitad de su cosecha de cítricos esta campaña

Francisca Iglesias, secretaria general de UPA-Almería, apuntó a las lluvias torrenciales de finales del pasado mes de septiembre como las principales causas de esta "muy mala cosecha". Hay fincas con daños que rondan el 10% y el 15%

■ I. Fernández

“La cosecha de cítricos de este año podría ser hasta la mitad que la campaña pasada”. Así lo afirmó Francisca Iglesias, secretaria general de UPA-Almería, que apuntó a las lluvias torrenciales de finales del pasado mes de septiembre como las principales causas de esta “muy mala cosecha”. La producción de cítricos de la provincia se concentra en las vegas de los ríos Andarax y Almanzora, así como en el Levante, en municipios como Huércal Overa o Pulpi. En el caso de las primeras explotaciones, Iglesias apuntó que son muy pequeñas, tanto que, prácticamente, “se destinan al autoconsumo”. Es en las segundas donde se produce con vistas a una posterior comercialización y donde, lamentablemente, los daños de las últimas lluvias han sido devastadores. Las precipitaciones dejaron los cultivos anegados y arrastraron los sistemas de riego, con la pérdida económica que ello supone para los productores de la zona. En este sentido, Iglesias indicó que, “pese a los riegos de emergencia, no se ha podido recuperar gran parte de la cosecha”. En esta misma línea se pronunció



■ Producción de naranjas en la provincia almeriense. /FHALMERIA

Diego Castaño, responsable de Cítricos de ASAJA-Almería, quien indicó que “hay fincas en las que los daños rondan el 10% ó 15%, aunque hay otras muchas que han sido siniestro total”. De este modo, apuntó a daños en los frutos, bien por caída a causa de las lluvias o bien por el arrastre de tierras. “Los frutos más bajos del árbol, debido al arrastre de tierras, se han visto muy perjudicados”.

Así las cosas, “la mayor parte de los cítricos se ha visto dañada y, claro, esto perjudica a la producción en fresco”, explicó la secretaria general de UPA-Almería,

quien añadió que, por ello, “buena parte de la producción de este año se destinará a transformados industriales”. En cualquier caso, los primeros cítricos que se están recolectando en la provincia, probablemente por los bajos volúmenes, “mantienen buenos precios, siempre y cuando no estén dañados”. Así, las naranjas oscilan entre los 0'15 euros por kilo y los 0'23 euros, mientras que las mandarinas se mueven entre los 0'15 euros de las clementinas y los 0'30 euros en el caso de las variedades navel. Por último, y en lo que respecta a los limones, están alcan-

zando un precio que ronda los 0'18 euros el kilo. Estas cantidades, aunque, a priori, no son nada desdeñables, lo cierto es que “no compensan las pérdidas”.

NUEVAS LLUVIAS

Pese a que los mayores daños ya están hechos, desde ASAJA-Almería, su responsable de Cítricos se refirió a las nuevas lluvias que se están produciendo en la provincia y que, a su juicio, “podrían causar más pérdidas”. De este modo, Diego Castaño indicó que, de momento, los frutos que se están recolectando son de buena ca-

lidad, sin embargo, “si sigue lloviendo, podríamos tener problemas”. “Tanto las naranjas como las mandarinas ya han madurado y todo el agua que les caiga ahora sólo va a servir para deteriorarlas”.

Las cifras que manejan las organizaciones agrarias distan, y mucho, de las ofrecidas por la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente en su primer aforo de la campaña 2012/2013, y que apuntaban a un descenso de la producción almeriense de apenas un 4'4% en relación al ejercicio precedente, hasta las 251.058 toneladas. La naranja dulce sería, según las previsiones de la Administración andaluza, el cultivo que más volumen de producción perdiera, más de un 11%, hasta las 121.733 toneladas, mientras que en el lado opuesto de la balanza se encontraría el limón, con un incremento de producción del 12%, hasta superar las 30.100 toneladas. La mandarina, por su parte, también debería ver crecer su producción (un 4'5%), hasta las 61.666 toneladas. Almería concentraría, según los datos de este primer aforo, el 10% de la producción total de naranjas en Andalucía, así como el 19% de las mandarinas y el 29% del total de la producción de limones, una cifra, esta última, que crece año tras año.

PARA DAR VALOR AÑADIDO AL PRODUCTO QUE NO SE VENDE EN FRESCO

Licores, mermeladas y zumos, nuevos productos derivados de los cítricos

■ Elena Sánchez

Las empresas almerienses del sector cítrico están abriendo nuevas líneas de mercado con el fin de dar valor añadido al producto que no se comercializa en fresco, así como para tener otras alternativas que potencien la actividad de la entidad. En este sentido, son varias las alternativas que se están dando a conocer en estos momentos como la elaboración de zumos, licor de naranja o limón, así como la producción de mermelada de naranja, mandarina o

piel de naranja. En este sentido, el gerente de Cítricos del Andarax, Juan Torres, explica que “desde hace un tiempo estamos trabajando con la elaboración de zumo ecológico refrigerado de naranja y mandarina, un producto que tiene la ventaja de que aguanta entre 20 y 25 días”. En estos momentos, la empresa ubicada en Gádor está comercializando este zumo en España, Holanda y Francia, “países que están recibiendo bastante bien nuestro producto, ya que el año pasado produjimos 800.000 litros, aunque pudieron ser más, pero las

heladas lo impidieron”. Cítricos del Andarax tiene dos formas de comercializar su zumo, “o bien embotellado o a granel en cisternas frigoríficas”, asegura Torres. Las sensaciones que están teniendo desde esta empresa son bastante buenas, ya que su gerente confirma que “estamos trabajando más de lo que nos esperábamos desde un principio, y puede que en un futuro, esta línea nos lleve más lejos aún”.

La innovación es un objetivo que impera en todas las entidades, ya que es una forma de seguir estando presente en el mercado y de ofrecer nuevas alternativas a los consumidores. Otra de las empresas que lo tiene claro y que lleva un año trabajando duro es Albetillas, cuyo gerente, Pedro Gómez, comenta que “nuestros productos destacan por ser de una gran calidad. Es cierto que se hace compli-



■ Licores de limón y naranja elaborados por Albetillas. /FHALMERIA

cado el comienzo, ya que, sobre todo, la comercialización es el paso más complicado y lento, pero las perspectivas son más que positivas”.

Entre los productos elaborados que ofertan, y que vienen derivados de los cítricos, destacan las mermeladas de naranja, naranja con piel y mandarina. “Para estos productos, nuestra fábrica está preparada para producir 300.000 carros,

aunque se podría llegar a duplicar la producción”, indica Pedro Gómez. Mientras tanto, su otra línea de productos elaborados está dedicada a los licores de naranja, limón y tomillo. En este aspecto, el gerente de Albetillas explica que “las características que nos diferencian del resto es haber superado procesos de elaboración artesanos mediante maceración en alcohol”.

AMPLIACIÓN DE INSTALACIONES

Rijk Zwaan refuerza su apuesta por la I+D con la apertura de dos nuevos laboratorios

■ CIA

La multinacional de semillas inauguró a finales de noviembre, en sus instalaciones del Paraje El Mamí, un laboratorio de Biología Celular y otro de Fitopatología con los que busca mantener su liderazgo en el desarrollo de productos

Rijk Zwaan sigue apostando por la investigación y la innovación en variedades hortícolas para satisfacer las necesidades de toda la cadena agroalimentaria, desde el productor al consumidor, pasando, cómo en, por el comercializador. Precisamente por ello, para reforzar este compromiso que, desde su puesta en marcha, mantiene con el sector, a finales del pasado mes de noviembre, la multinacional de semillas inauguró, en sus instalaciones del Paraje El Mamí (El Alquían), dos nuevos laboratorios, uno de Biología Celular y otro de Fitopatología.

Con la puesta en marcha de estas nuevas instalaciones, Rijk Zwaan quiere mantener su liderazgo en la investigación y el desarrollo de productos importantes para la agricultura provincial, como son el pepino, el tomate, el pimiento o la berenjena. De este modo, en cada uno de ellos, la empresa de semillas pretende poner en marcha una serie de proyectos, siempre orientados al consumidor. Y es que no se puede pasar por alto que 'la filosofía de la casa' es ofrecer variedades que respondan, por un lado, a las necesidades de los agricultores de cada una de las zonas de producción en las que tienen presencia y, por otro, garantizar que esas varie-



■ Responsables de Rijk Zwaan durante el acto de inauguración de los dos nuevos laboratorios en Almería. /FHALMERIA

dades satisfacen las demandas de unos consumidores cada vez más exigentes y siempre preocupados por la seguridad alimentaria. Por todo ello, desde la empresa trabajan en el desarrollo de variedades más resistentes, con una mejor postcosecha, más sabor, etc.

En el acto de inauguración estuvieron presentes los directores del Grupo RZ Ben Tax, Kees Reinink, Marco van Leeuwen

La empresa trabaja para satisfacer las demandas de todos los agricultores

La puesta en marcha de estos dos laboratorios permitirá a Rijk Zwaan satisfacer las demandas no sólo de los agricultores de Almería, sino de todos aquellos productores de las zonas en las que

la multinacional tiene presencia. Y es que, si algo tienen claro en Rijk Zwaan, es que tienen que crear variedades adaptadas a muchas y variadas zonas de producción.

y Marteen Zwaan, así como los directores de la filial Rijk Zwaan Ibérica, Ricardo Ortiz, Pilar Corrella y Francisco Pérez. Junto a ellos, no quisieron perderse el acto el alcalde de Almería, Luis Rogelio Rodríguez-Comendador, y el subdelegado del Gobierno en Almería, Andrés García Lorca, además, de diferentes personalidades vinculadas al sector hortofrutícola provincial.

EL PRECIO DEL TOMATE, HUNDIDO

España pide a la UE que explique los incumplimientos de Marruecos

■ I. F. G.

El ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Miguel Arias Cañete, pidió a la Unión Europea (UE) que mejore los controles en las aduanas para evitar que las importaciones de tomate marroquí hundan los precios del producto local, tal y como viene sucediendo desde, prácticamente, el inicio del mes de noviembre. En este sentido, a su entrada al Con-

sejo de Ministro de la UE, Arias Cañete afirmó que "hemos pedido que se incluya un punto en el Consejo para que la Comisión nos informe sobre la evolución de las importaciones de tomate marroquí en los meses de octubre y noviembre", ya que, sobre todo en el segundo, "estábamos por debajo de 0'46 -precio mínimo de entrada por kilo- y, en ese momento, las autoridades aduaneras tienen la obligación de imponer derechos específi-

cos de aduana que deberían, si se hubieran aplicado correctamente, haber provocado un incremento de los precios".

Las organizaciones agrarias en Almería denunciaron que, durante el pasado mes de noviembre, todos los días, salvo uno, Marruecos introdujo tomates en la UE por debajo de los precios recogidos en el Acuerdo de Asociación, lo que provocó que el precio del tomate provincial cayera hasta un 40 %.



■ El ministro Arias Cañete con el comisario europeo Dacian Cioloș. /FHALMERIA

ABLA

Más de 150 personas participan en las Jornadas Micológicas realizadas para potenciar el desarrollo rural

Por segundo año consecutivo también se ha llevado a cabo la Ruta Micotapa para fomentar el consumo de setas recogidas en Sierra Nevada

■ Elena Sánchez

La localidad almeriense de Abla celebró los pasados días 16, 17 y 18 de noviembre las Jornadas Micológicas Abulenses con la participación de más de 150 profesionales e interesados en el mundo de las setas. El programa de dichas jornadas contó con un amplio abanico de actividades que fueron desde las conferencias temáticas impartidas por expertos en micología a excursiones guiadas por el área recreativa El Serbal, en Sierra Nevada, o una exposición y un almuerzo en la sierra con la degustación de setas. De hecho, según comentó el alcalde de Abla, Antonio Oliva, “este programa se confeccionó con la intención de que nuestra localidad siga siendo lugar de encuentro de expertos y aficion-



■ El delegado de Agricultura, José Ortiz, asistió a la presentación de la jornada. /FHALMERIA

ados a la micología, de amantes de la naturaleza o de las zonas rurales”. Igualmente, otro de los objetivos de estas jornadas era mantener la concienciación de las buenas prácticas en el monte y el respeto por el entorno natural donde habitan; o el aprovechamiento racional de los recursos micológicos como uno de los elementos para contribuir al des-

arrollo rural. En este sentido, el primer día de jornadas se desarrolló la actividad ‘Micología para escolares’, de la mano de Rafael Hernández, doctor en Biología y vicepresidente de la Asociación Retama Almería; y la conferencia ‘Conservas de hongos, técnicas y datos de mercado’. Mientras, el segundo día, el sábado 17 de noviembre, hubo una

La Ruta de la Micotapa, gran éxito de participación

Paralelamente a las jornadas, por segundo año consecutivo se celebró la Ruta de la Micotapa, una iniciativa puesta en marcha por el Ayuntamiento de Abla, con la participación de varios establecimientos de restauración del municipio, para fomentar el consumo de setas recolectadas en Sierra Nevada y al mismo tiempo dinamizar la actividad del sector de la hostelería y del turismo. En esta ocasión, esta actividad se llevó a cabo el viernes, 16 de noviembre, desde las 21.00 horas.

ruta micológica guiada por Sierra Nevada y una ruta de la Tapa de Setas de Abla ‘Micotapas’; y el último día que se dedicó a un taller Gastronómico, así como a la presentación de las bodegas y los vinos de la comarca, entre las que destacan: Bodegas Luis Sánchez Ferrer, Bodegas Carlos Fernández-Lauricius, y Bodegas El Tío Peroles-El Pintao Viejo.

MEJORAR COMPETITIVIDAD

Agricultura destina 3 millones para la promoción de vino en el exterior

■ E. S. G.

La Consejería de Agricultura y Pesca ha destinado 2,9 millones de euros a ayudas para el sector vitivinícola dirigidas a la información y promoción del vino en mercados de terceros países en 2012, una línea de subvención que cuenta con la financiación del Fondo Europeo Agrícola de Garantía. Concretamente, se han respaldado 61 programas desarrollados por 11 empresas en más de 30 países. Entre otros destinos de las acciones promocionales, se encuentran México, Estados Unidos, Islandia, China Singapur, Ucrania, India o Nueva Zelanda.

Estas ayudas buscan el fomento del conocimiento de las características y cualidades de los vinos españoles con el fin de mejorar la competitividad de este sector a través de la apertura a nuevos mercados. Asimismo, también se subvencionan estudios de nuevos mercados y evaluaciones de los resultados de las medidas de promoción e información.

HOUSE FAIR SPAIN 2012

Enza Zaden muestra sus conceptos a todos los eslabones de la cadena

■ I. Fernández

Más de un centenar de profesionales del sector se dieron cita el pasado 14 de noviembre, en el Centro de Investigación de Enza Zaden en Santa María del Águila (El Ejido), en su jornada anual House Fair Spain 2012, un encuentro con “productores, empresas y comerciantes europeos” en el que unos y otros pudieron conocer los últimos y más novedosos conceptos de la firma, según indicó María del Mar Peralta, responsable de Marketing de la empresa.

Según explicó, a diferencia de las tradicionales jornadas de campo, con este tipo de eventos, desde la empresa pretenden ofrecer su colaboración al cliente “para que podamos desarro-



■ Los pimientos mini dulces Tribelli son uno de esos conceptos. /FHALMERIA

llar productos juntos”. En este sentido, se refirió a colaboraciones como la que ya mantienen con Agroiiris, que comercializa sus pimientos dulces mini Tribelli. Asimismo, llamó la atención sobre otros conceptos, como son Tomazur, sus cócteles con sabor, o sus hortalizas de hoja Eazyleaf, que vienen, sobre todo, a añadir valor a la tradicional producción en fresco.

La intención no es otra que convertir al cliente habitual en “socio para un proyecto personalizado”; para ello, y según afirmó María del Mar Peralta, “incluso ponemos a nuestros mejoradores al servicio del cliente”. La idea es que, entre unos y otros, puedan desarrollar el producto deseado y que, bajo su

punto de vista, pueda tener la mejor de las aceptaciones entre los consumidores actuales.

Y precisamente a los consumidores se refirió la responsable de Marketing de Enza Zaden. De ellos dijo que buscan cada vez más un producto diferenciado, que vaya un paso más allá de la mera hortaliza en fresco; de ahí que Enza Zaden se ofrezca a desarrollar con las comercializadoras y agricultores interesados nuevos conceptos con los que cautivarlos.

SHOW COOKING

El broche final a la jornada lo puso el show cooking organizado por el restaurante ejidense La Costa, que deleitó a los presentes con muchas y variadas propuestas a base de hortalizas en fresco y, cómo no, contando con los nuevos conceptos de Enza Zaden. De este modo, los participantes pudieron comprobar, en primera persona, cuál podría llegar a ser el resultado de esa potencial colaboración con la empresa.

UN SECTOR ESTRATÉGICO

Joepasur y Semilleros Laimund producen 1,4 millones de plantas ornamentales al año en la provincia

Entre las dos empresas, para este segmento, le dan trabajo a 50 personas y facturan del orden de 2 millones de euros anuales

■ Rafa Villegas

El subsector de la planta ornamental tiene una gran importancia para la provincia de Almería. Además de diversificar lo que se cultiva bajo plástico, es otra fuente de ingresos. Cabe recordar, por ejemplo, que la provincia es líder europea en la producción de poinsetias, con en torno a los dos millones de estas plantas comercializadas cada año.

Entre Semilleros Laimund y Joepasur, empresa que nació en julio de 2011 y está participada en parte por socios de la primera, cuentan con entre 10 y 12 hectáreas dedicadas a la planta ornamental, siendo la producción de dipladenias su fuerte. El presidente de Joepasur y gerente de Semilleros Laimund, Francisco Luque, ha asegurado que producen “entre 1,3 y 1,4 millones de plantas, siempre predominando las macetas más pequeñas, con una facturación, si vendemos todo, de unos dos millones de euros”.

Eso se traduce en mano de obra, ya que, al tener acuerdos de reproducción con empresas ostentoras de la variedad Río, que



■ El gerente de Semilleros Laimund y presidente de Joepasur, Francisco Luque.

es la que plantan de dipladenia, “entre el cultivo de la planta madre, el esquejado, los enraizados, la siembra y el cuidado durante todo el año, damos trabajo a unas 50 personas”, ha asegurado Luque.

El 80 por ciento de las dipladenias que producen en Joepasur y Semilleros Laimund son de color rojo, entre un 10 y un 15 por ciento blancas y el resto rosas, siendo sus principales mercados de destino Francia, Holanda, Alemania y Bélgica. Además, este año han iniciado una nueva línea con la plantación de calamondines y los kumquat. Se

trata de cítricos en maceta pequeña para la decoración.

Si bien en pascueros Almería ya es líder, en dipladenia se está trabajando en la provincia desde hace entre ocho y diez años y, como ha asegurado Luque, “cada día se están haciendo más, además los mercados están aumentando. Tenemos muchas esperanzas puestas en Alemania, que ha entrado un poco después. Es una planta que requiere poco cuidado y poco mantenimiento, además mantiene mucho tiempo las flores”. En cuanto al mercado nacional, Luque ha explicado que “justo ahora está em-

pezando a conocerse esta planta”.

POINSETIAS

En cuanto a los pascueros, entre Joepasur y Laimund producen unas 200.000 plantas, de las que 100.000 van en macetero del 12 y las 100.000 restantes en maceta del 14 y medio. En cuanto a los colores, en estas empresas cuentan con entre el 90 y el 92 por ciento en el rojo tradicional y el resto de otros colores.

Respecto a las poinsetias, Luque ha afirmado que “poco tienen que ver las de ahora con las de hace años, son más bonitas, más atractivas de hoja y flor, más resistentes y compactas”. Además, con el swirskii y otros depredadores naturales combaten muy bien la mosquilla blanca.

Para lograr las mejores plantas, las dos empresas cuentan con las mejores instalaciones. Por ejemplo, tienen tres balsas, en una de ellas almacenan el agua que recogen de la lluvia, en otra la que les llega de la red y en la otra la que extraen de un pozo, con lo que consiguen, mezclándolas, un ahorro considerable.

Cabe destacar, además, el respeto con el medio ambiente que tienen ambas empresas. Los tutores de sus plantas son, en su mayoría de bambú, no de plástico. Y se están fijando en proyectos de maceteros biodegradables.

Por otra parte, no faltan a la mayor cita del sector. Se trata, concretamente, de la feria del sector IPM Essen, que se celebra cada mes de enero en la ciudad alemana homónima, donde “van todos nuestros principales clientes europeos”, como ha resalta-do Francisco Luque.

DE SEMILLAS FITÓ

Jaime Fitó, finalista de la edición 2012 del ‘Premio Emprendedor’

■ R. V. A.

Semillas Fitó está de enhorabuena. Su consejero delegado y copropietario, Jaime Fitó Morato, ha sido elegido como finalista por Cataluña, junto a Ignasi Biosca (Reig Jofré), María del Mar Raventós (Grupo Codorniu) y Carlos Ventós (Grupo Lucta) de la XVII edición del Premio Emprendedor del Año.

Todos ellos concurrirán en la final nacional, que tendrá lugar el 14 de febrero en Madrid, donde competirán con una veintena de finalistas procedentes de toda España y saldrá elegido el Emprendedor del Año Nacional, quien a su vez concurrirá al Premio Emprendedor del Año Mundial, en el que participan más de 50 emprendedores procedentes de países de todo el mundo. El premio lo organiza, desde el año 1996 Ernst & Young y este año lo hace en colaboración con el IESE y BNP Paribas.

Lo cierto es que, desde sus inicios, Semillas Fitó, que actualmente exporta a más de 70 países y dispone de filiales en España, Turquía, Italia, Portugal y México, ha apostado por la I+D+i para mejorar su catálogo de variedades, invirtiendo durante 2011 el 15 por ciento de su facturación en programas de mejora de sus variedades de semillas.

Níjar
cultiva confianza

www.nijar.es

Ayuntamiento de Níjar
Concejalía de Agricultura y Medio Ambiente

ENTRE ENERO Y AGOSTO

Las empresas almerienses de cítricos venden 30 millones de kilos fuera de España

Estas cifras suponen casi un 69 por ciento más que en el mismo periodo de 2011. Además, facturaron casi 19 millones de euros

■ R. Villegas

El sector cítrico almeriense está de enhorabuena. Y es que la provincia incrementó en un 67 por ciento el valor de las exportaciones de cítricos entre los meses de enero y agosto de este año. Concretamente, las empresas almerienses vendieron fuera de España 30,6 millones de kilos de estos productos, un 68,7 por ciento más que en el mismo periodo de 2011.

En total, las empresas almerienses del sector facturaron en 656 operaciones casi 19 millones de euros, según los datos elaborados por la Agencia Andaluza de Promoción Exterior-EXTENDA, a partir del último informe Datacomex. La mayoría de los productores y comercializadores de estos productos se concentran en las comarcas del Levante almeriense, el Andarax y Los Vélez.

En cuanto al valor de las exportaciones cítricas, la provincia de Almería ocupa la octava posición en el conjunto de España, con el 1,2 por ciento del total nacional, según ha confirmado el delegado territorial de



■ Producción de naranjas tras la recolección del árbol. /FHALMERIA

la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, José Manuel Ortiz.

El producto estrella de los cítricos en la provincia sigue siendo la naranja, de la que se exportó, entre enero y agosto de este año, por un valor de 10 millones de euros, un 55,6 por ciento más que en los mismos meses del ejercicio precedente. Italia fue, una vez más, el principal destino de la naranja almeriense, a donde llegó el 40 por ciento del total. Le siguieron los mercados de destino alemán, que adquirió el 25,4 por ciento; el francés, que compró el 16,54 por

Francia importa el 25% de mandarinas almerienses

Respecto a las mandarinas, el principal importador de las de Almería ha sido Francia, con un 25% del total, seguida de Holanda y de Alemania, con más del 17%. También se han exportado a Rumanía, Polonia y Moldavia. En esta ocasión, las ventas han superado los 3,6 millones de euros.

ciento y, en menor medida, otros compradores como Arabia Saudí, Rumanía, Argelia, Canadá y Holanda.

Con casi la mitad de facturación que la naranja, el limón de Almería se vendió por un valor de 4,9 millones de euros, lo que supuso un incremento notable con respecto al mismo periodo del año anterior, concretamente del 93 por ciento. El principal destino de este cítrico fue también Italia, con el 28,4 por ciento del total; seguido por Alemania, con el 18,3 por ciento; Francia y Canadá, que juntas representan más del 10 por ciento.

EN VIÑEDO

ASAJA rechaza la posible reforma del sistema de derechos de plantación

■ E. S. G.

Responsables del sector vitícola de la organización agraria ASAJA han mantenido una reunión con el Ministerio de Agricultura para abordar el futuro de los derechos de plantación de la UE. En este sentido, el Ministerio informó sobre los planes de la Comisión Europea (CE) y la posibilidad de que esta se decante por un nuevo mecanismo de regulación de los derechos de plantación a través de "autorizaciones" gestionadas por entidades distintas a las administraciones públicas. Ante esta información, ASAJA se opone a estos planes porque en esta situación "el viticultor está en manos de intereses de unos y otros, intereses que incluso pueden estar enfrentados", en una situación donde el productor pierde el control sobre los que hasta ahora son "sus derechos".

Ante ello, la organización agraria apuesta por el mantenimiento de los derechos porque este régimen se ha demostrado, productiva y cualitativamente, eficaz frente a la competencia de vinos procedentes de países terceros. En este sentido, ha pedido que la delegación permanente de España en Bruselas presione ante las instancias de la CE para lograr mantener el actual sistema de derechos de plantación de viñedos.

EXPORTACIÓN DE VINO

Las bodegas almerienses facturan 362.000 euros en el primer semestre del año

■ E. S. G.

Las bodegas de la provincia almeriense realizaron casi 200 operaciones comerciales entre enero y julio de este año, lo que les llevó a una facturación superior a los 362.000 euros, es decir, un 2,2% más que el pasado ejercicio. De hecho, en este mismo periodo, las bodegas de Almería vendieron

algo más de 157.000 toneladas de vino, lo que representa un 22% más que en las mismas fechas del ejercicio anterior.

Estas empresas envían sus productos cada vez a mercados más lejanos. Según datos de la Consejería de Agricultura, el 37% de los vinos se destinaron a Estados Unidos, seguido de Japón, China y Hong Kong.

CONTINUACIÓN DEL PLAN 'ENCAMINAZ'

Agricultura mejora el estado de cuatro caminos rurales en Líjar y Macael

■ E. Sánchez

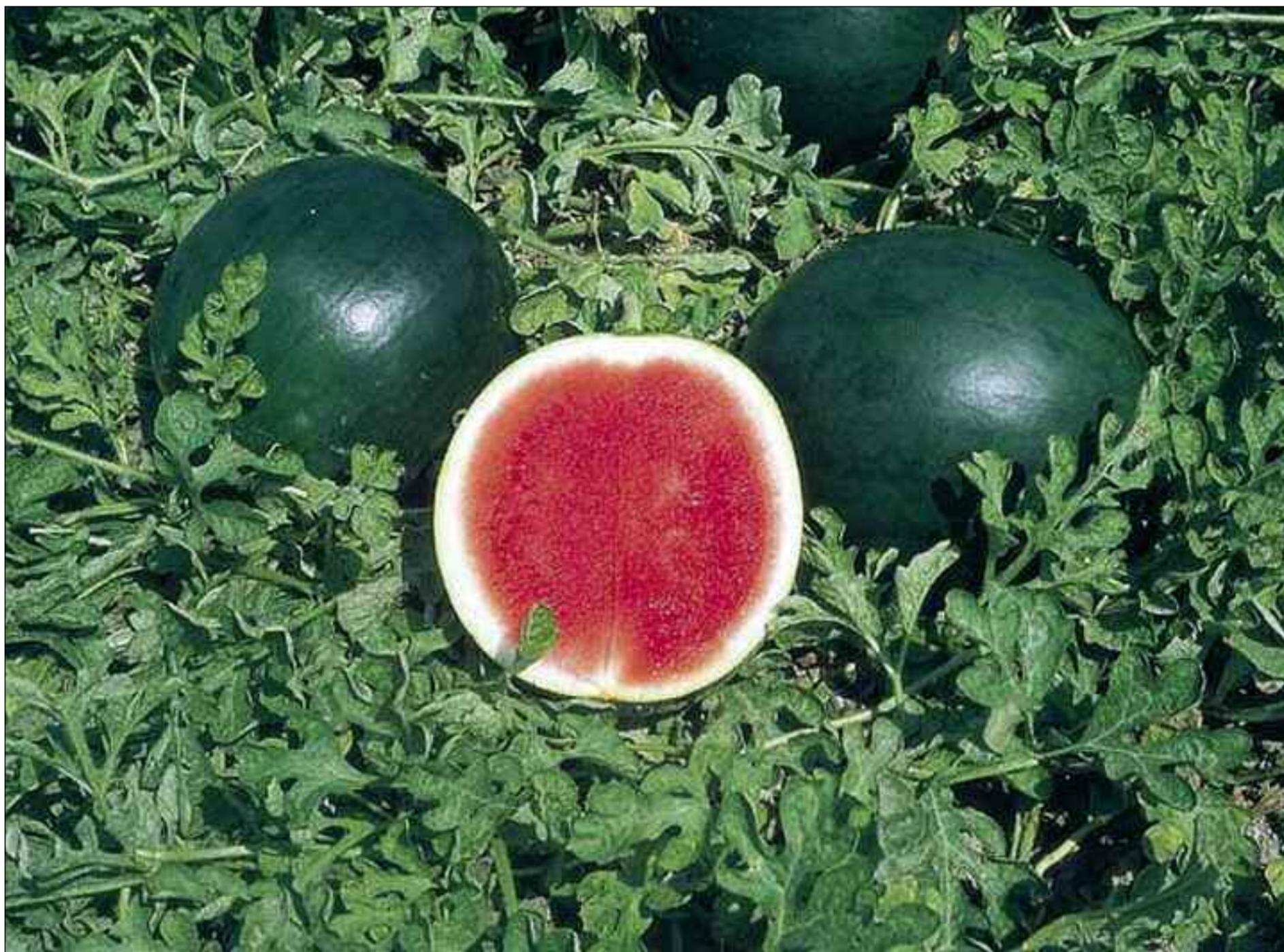
La Junta de Andalucía, a través de la Consejería de Agricultura, tiene en marcha las obras de mejora de caminos rurales de Líjar y Macael. Las obras, con un presupuesto de 118.000 euros para cada localidad, están contempladas dentro del plan 'Encamina2'. Así, 1,4 kilómetros lineales se están arreglando en los caminos Huertecicas Bajas y Olivarico, en Líjar: 1001

metros en el de Olivarico y 438 metros en el de Huertecicas Bajas. En ambas vías se han realizado trabajos de remoción, perfilado y compactación, mientras que en la primera de ellas se está construyendo pavimento de hormigón, mientras que en el de Olivarico, en un tramo se construye pavimento de hormigón, en otro se extiende firme de zorra artificial y en otro una capa de rodadura con tratamiento asfáltico superficial.

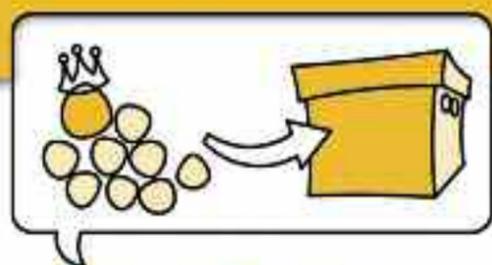
Por su parte, en Macael, las obras de mejora se están realizando en los caminos Canfornal-Ramales y Majaicas, donde se actuará sobre más de 1.700 metros de vías. En el primero de ellos se actúa sobre cuatro ramales, a lo largo de más de un kilómetro de vías, y en el de Majaicas se mejorarán unos 670 metros. En unos tramos se construirá una capa de rodadura con tratamiento asfáltico superficial y en otros se extenderá una capa de hormigón.

Especial PEPINO, MELÓN Y SANDÍA

Almería prepara los sabores del verano



agrobío *vuela* ... 



las mejores
condiciones



express
24 en menos de
horas



bio polinización
y **control**
bio lógico



+ producción
+ calidad

PRIMAVERA

La tendencia al doble ciclo eleva la previsión de superficie de melón y sandía provincial

El cultivo con control biológico y lucha integrada en estos productos continúa descendiendo campaña tras campaña en Almería

■ Rafa Villegas

Después de varias campañas con descensos continuados de la superficie cultivada en primavera de melón y sandía en la provincia, en la última conclusa, la 2011-2012, se invirtió la tendencia. Uno de los principales motivos de este cambio en estos dos cultivos y en tomate de primavera se encuentra en el crecimiento del número de agricultores que se está decantando por un doble ciclo, probablemente, como indican en el 'Análisis de la Campaña Hortofrutícola de Almería' 2011-2012 el Servicio de Estudios de la Fundación Cajamar, "con el objetivo de obtener el máximo de ingresos posible.

David Sánchez, técnico de Semilleros El Plantel, ha confirmado que, según los pedidos que comienzan a recibir, "esperamos que haya algo más melón y sandía esta primavera". No obstante, ha matizado que "en el caso de que se alarguen mucho los cultivos de tomate tardío en la zona de Níjar, ese incremento no sería tan elevado como se espera".

SANDÍA

El aumento de superficie de sandía en la pasada campaña fue espectacular, ya que pasó, según el Avance número 8 del balance de campaña de la Junta, de las 4.916 hectáreas del ejercicio agrícola 2010-2011 a 5.665. Ello repercutió directamente en la producción total, que aumentó, en el mismo período comparativo, un 16,92 por ciento, al pasar de 293.340 a 349.985 toneladas.

Sin embargo, el punto negativo para los productores de sandía fueron las cotizaciones. Y es que, el precio medio total, según el avance de la Junta, fue de tan solo 0,25 euros por kilo, un 24,55 por ciento menos que la campaña anterior, cuando el precio medio fue de 0,33 euros por kilo.

La mayor producción, unida a una escasa demanda en Europa y una mayor competencia de Grecia, Italia, Turquía, así como de



■ Las especialidades de sandía, como es el caso de la mini, se venden a mejor precio que las tradicionales. /FHALMERIA



■ El melón Galia sigue siendo uno de los más demandados en el Viejo Continente. /FHALMERIA

otras provincias españolas, como Murcia y Sevilla, fue lo que presionó, según la Delegación territorial de la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, los precios a la baja.

En cuanto a la evolución de la sandía cultivada con lucha integrada, ésta ha sufrido un retroceso continuado desde la campaña 2009-2010. Así, en ese ejercicio agrícola se contabilizaron un total de 2.661,68 hectáreas; en el 2010-2011 2.835; en la campaña pasada 2.720 y en el Avance provisional de superficie de control biológico en Almería para el período 2007-2013 de la Junta de Andalucía estiman

La obtención del genoma del melón abre la puerta a variedades más resistentes

La obtención el pasado verano, por parte de equipos del Centro de Investigación en Agrigenómica, un consorcio del CSIC, IRTA, la Universidad de Barcelona, la Universidad Autónoma de Barcelona y el Centro de Regulación Genómica, del genoma del melón permitirá avanzar en la mejora genética de esta especie para producir variedades más resistentes a

plagas y con mejor calidad organoléptica.

La financiación del proyecto, de 4 millones de euros, ha sido aportada por Genoma España, las comunidades autónomas de Andalucía, Castilla-La Mancha, Cataluña, Madrid y Murcia y las empresas Semillas Fitó, Syngenta Seeds, Roche Diagnostic, Savia Biotech y Sistemas Genómicos.

que esta primavera la superficie de sandía con lucha integrada seguirá descendiendo hasta las 2.580 hectáreas.

MELÓN

El melón también ha roto su racha decreciente y pasó, según el Avance de la Junta, de las 3.539 hectáreas de la campaña 2010-2011 a las 3.740 de la pasada, con una producción total que aumentó un 4,6 por ciento, al pasar de 129.223 a 135.105 toneladas en el mismo período comparativo.

Además, al contrario de lo que sucedió con la sandía, el melón sí aumentó también de precio en el último ejercicio agrícola, al registrar una cotización media de 0,403 euros por kilo, un 7,18 por ciento más que en la campaña anterior. De este modo, el valor de producción total al agricultor ha crecido, pasando de los 48.588.000 euros de la campaña 2010-2011 a los 54.444.000 de la sucesiva.

Lo que ha quedado demostrado, tanto con el melón como con la sandía, es que las especialidades se venden a un mayor precio que las variedades más tradicionales.

Por otra parte, al igual que ha ocurrido con la sandía, la superficie de melón cultivado con con-

PRIMAVERA

trol biológico y lucha integrada ha disminuido, en este caso desde la campaña 2009-2010. Concretamente, en el ejercicio agrícola 2007-2008 se cultivaron con este método un total de 2.192,65 hectáreas, en la siguiente campaña este número fue superior al doble, al alcanzarse las 4.900,57 hectáreas. Desde ahí, la superficie integrada no ha dejado de descender, pasando a 4.435,49 hectáreas en la campaña 2009-2010, a 3.393 en la 2010-2011 y, finalmente, a las 3.120 de la siguiente.

Según el Avance provisional de superficie de control biológico en Almería para el período 2007-2013, elaborado por la Junta de Andalucía, esta primavera se volverá a reducir la superficie de melón procedente de cultivos con lucha integrada y control biológico quedándose en 3.040 hectáreas.

En cuanto los costes medios de producción de este producto, según el informe 'Costes medios de producción. Campaña 2010-2011' referentes al melón Galia, elaborado por el Observatorio de Precios y Mercados, se sitúan en 1,26 euros por metro cuadrado, con un rendimiento medio de 3,75 kilos por hectárea.

El pepino se mantiene como el tercer producto más exportado

R. V. A.

Los agricultores percibieron una media de 1,118 euros por metro cuadrado en 2011-2012

Pese a los ligeros descensos de superficie cultivada entre las campañas 2011-2012 y 2010-2011, el pepino ha logrado mantenerse como el tercer producto de todos los sectores, no sólo el hortofrutícola, más exportado de toda la provincia de Almería entre enero y agosto de este año. Sólo lo superaron, una vez más, el tomate, que permanece líder indiscutible, y el pimiento.

En los ocho primeros meses del año el 8,9 por ciento de la mercancía que se exportó desde la provincia correspondió a pepino, que sumó un valor total de 149,2 millones de euros.

Según el Avance número 8 del Balance de Campaña de la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio

Ambiente de la Junta de Andalucía, el ejercicio agrícola 2011-2012 se cultivaron de pepino 4.533 hectáreas de invernaderos, 17 menos que en la campaña anterior. En esta superficie total los agricultores produjeron 407.354 toneladas, un 3,4 por ciento menos que en el ejercicio anterior. Todo ello con un precio medio de 0,427 euros por kilo, muy similar a los 0,434 de la campaña precedente.

Distintos son, sin embargo, los datos recogidos por la Fundación Cajamar en su 'Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería' relativos a la campaña 2011-2012. Según este informe, la superficie de pepino descendió entre el último ejercicio agrícola concluido y el 2010-2011 un 1,1 por ciento, mientras que las variables de producción y precio son positivas, con au-

mentos del 0,9 y el 2,3 por ciento, respectivamente.

LUCHA INTEGRADA

Lo que sí ha aumentado sin cesar desde la campaña 2007-2008 ha sido la superficie de pepino cultivado con control biológico y lucha integrada en la provincia de Almería.

Así, según el 'Avance provisional de superficie de control biológico en Almería 2007-2013', que ha elaborado la Junta de Andalucía, esta campaña 2012-2013 se cultivarán 2.660 hectáreas con este método. Con esta cifra se ha tocado techo, ya que en la campaña 2007-2008 se empezó con 670,64 hectáreas; en la 2008-2009 con 1.579,32; en el ejercicio agrícola 2009-2010 con 1.891,67 hectáreas; en el 2010-2011 con 1.991 y en la campaña 2011-

2012 se quedaron a 310 hectáreas de la superficie de pepino con lucha integrada de este año.

RENTABILIDAD

En la pasada campaña hortofrutícola, teniendo en cuenta los datos del Avance del balance de campaña de la Junta y realizando las operaciones pertinentes, los productores de pepino de la provincia lograron una rentabilidad, sin contabilizar los gastos, de 3,838 euros por metro cuadrado.

Si se contabilizan los costes medios de producción que, por ejemplo, estimó el Observatorio de Precios y Mercados de la Junta para la campaña 2010-2011, que cifró en 2,72 euros por metro cuadrado, el productor almeriense de pepino ganó 1,118 euros por metro cuadrado.



*APC concedida y en proceso de solicitud para la inclusión en el EC Common Catalogue of Vegetable Varieties.

Almanzor^{F1} el auténtico
piel de sapo, **ahora en Almería.**

© Nunhems B.V. 2012.
Todos los derechos reservados.



Part of Bayer CropScience



www.nunhems.es

MODERNAS INSTALACIONES

Semilleros Hermanos Barrera, pioneros en el uso de injerto en melón en Almería

Este semillero, que también trabaja con sandía y pepino, cultiva cada planta injertada en una maceta individual para obtener mayor calidad

■ Isabel Fernández

En Semilleros Hermanos Barrera son especialistas en injertos de melón, sandía y pepino, si bien cuentan con un mayor reconocimiento en el caso del melón, ya que “nosotros fuimos los primeros hace diez años en hacer injerto de melón”, recuerda Antonio Barrera, gerente del semillero. Precisamente por ello, afirma que “tenemos una amplia experiencia en hacer injertos”, una técnica que “hemos perfeccionado y sobre la que siempre estamos investigando”.

Si algo diferencia a Semilleros Hermanos Barrera del resto de semilleros que trabajan con este tipo de injertos es su forma de cultivar la planta. “Cada planta se cultiva en una maceta individual”, explica el gerente y añade que, de este modo, se consigue que “la planta se críe mejor” y, además, que “el cliente siempre pueda llevarse la de mayor calidad”. Este particular método de cultivo hace que “la calidad y la seguridad están garantizadas con los injertos de melón” y, de hecho, “cada año, nuestros clientes nos demandan más cantidad de injertos”. “Los clien-



■ El injerto de melón se trabaja de forma individual, cada planta en una maceta, para garantizar una mayor calidad.

tes de cualquier lugar son los que tienen que valorar las ventajas del injerto y creo que, en nuestro caso, les será rentable, puesto que cada año vienen más clientes y aumentamos las cantidades”, explica Antonio Barrera.

Para poder dar respuesta a las demandas de sus clientes, tanto en injertos de melón como de sandía, en Semilleros Hermanos Barrera se pusieron manos a la obra en el mes de noviembre, con vistas a terminar entre marzo y los primeros días de abril y, así, “comenzar con otra campaña, en este caso, de pimiento”. En este sentido, Antonio Barrera comenta que

la elaboración de injertos sigue un cuidado programa de desarrollo que dura unos dos meses, “desde que se pone la semilla hasta que el agricultor puede plantarlo en su invernadero”. Y es que, tal y como apunta, “el injerto no es un sistema fácil, por eso requiere de la experiencia necesaria para ofrecer la mejor calidad al agricultor”.

Esta dificultad que entraña el uso del injerto hace que, en el caso de este semillero abderitano, se cuente con la última tecnología al servicio del cultivo y, en última instancia, del agricultor. Su objetivo no es otro que “garantizar la mejor producción y rentabilidad al

agricultor”. Para ello, Semilleros Hermanos Barrera cuenta con unas amplias y modernas instalaciones en las que se dispone de la cantidad necesaria de melón y sandía para responder no sólo a las demandas de sus clientes habituales, sino también de aquellos que, por primera vez, quieran confiar en ellos. Asimismo, destaca Barrera, “disponemos de plantas a la venta para todas las fechas de plantación”.

Semilleros Hermanos Barrera ofrece plantas e injertos con una calidad reconocida tanto por parte de los agricultores abderitanos como del resto de la provincia.

TERCER PUESTO

Las exportaciones de pepino sumaron 140 millones entre enero y agosto

■ I. F. G.

El pepino se mantiene como el tercer producto más exportado por la provincia, solo por detrás de tomate y pimiento. De hecho, según las últimas cifras hechas públicas por la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, relativas a las operaciones comerciales realizadas en el exterior entre enero y agosto pasados, el pepino acaparó el 8,9 % del total de las exportaciones provinciales, alcanzando una facturación de 140,5 millones de euros.

Pese a que el pepino perdió el verano pasado su tercer puesto como hortaliza más producida en Almería en favor del calabacín, lo cierto es que ‘no ha querido’ hacer lo mismo con las exportaciones y, de hecho, se mantiene en ese tercer lugar, solo relegado por dos ‘titanes’ como el tomate y el pimiento. El pepino es uno de los productos más demandados por los mercados exteriores, entre ellos, y cómo no, por Alemania, fiel consumidor de las hortalizas de Almería.

El pepino es, hoy por hoy, una de las hortalizas que mayor prestigio le ha reportado a la provincia; no en vano, y tras la mal llamada ‘crisis del pepino’, ha sabido salir reforzado y recuperar su posición de privilegio en el complicado mercado comunitario.

I+D

Las empresas de semillas trabajan en la recuperación de los sabores tradicionales

■ I. F. G.

La innovación es el ‘leitmotiv’ de toda casa de semillas, que, en los últimos años, se han centrado sobremanera en el desarrollo de nuevas variedades de melón y sandía, obteniendo muy buenos resultados. El objetivo de las empresas de semillas es recuperar el sabor tradicional de ambas fru-

tas, después de varios años en los que distribuidores y consumidores se han quejado, precisamente, de la falta de un sabor adecuado para estos productos, algo que, al final, ha repercutido en su comercialización. El resultado, de momento, ha sido el renacer de estos dos cultivos que, poco a poco, van recuperando la cuota de mercado perdida.

PREVISIONES CAMPAÑA 2012/2013

Melón y sandía sumarán en torno a 5.600 hectáreas con lucha integrada

■ I. F. G.

Melón y sandía sumarán en torno a 5.600 hectáreas cultivadas con lucha integrada en la próxima campaña de primavera. Así se desprende de los datos hechos públicos por la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta, que cifran, de hecho, en unas 3.040 hectáreas la superficie de melón con lucha integrada y en unas 2.580 las de sandía. En cual-

quier caso, desde la Administración andaluza insistieron en que estas cifras son provisionales, luego, este número de hectáreas podría verse incrementado.

En cualquier caso, y de momento, ambos cultivos reducen su superficie cultivada bajo métodos de control integrado con respecto a la campaña pasada, la 2011/2012. En el caso del melón, y según los datos de la Delegación Territorial, este pierde en torno a 80 hectáreas, mientras que,

en sandía, la superficie desciende en unas 140 hectáreas, aproximadamente.

Hasta la fecha, los agricultores han apostado firmemente por el uso de fauna auxiliar para combatir las plagas tanto en melón como en sandía, entre otras cosas, por el bajo coste que implica. De hecho, las empresas productoras y comercializadoras de depredadores naturales cifran los gastos en unos 400 euros por hectárea.

INNOVACIÓN AL SERVICIO DEL AGRICULTOR

Nunhems revoluciona el mercado con sus variedades de sandía Bengala^{F1} y Premium^{F1}

■ CIA

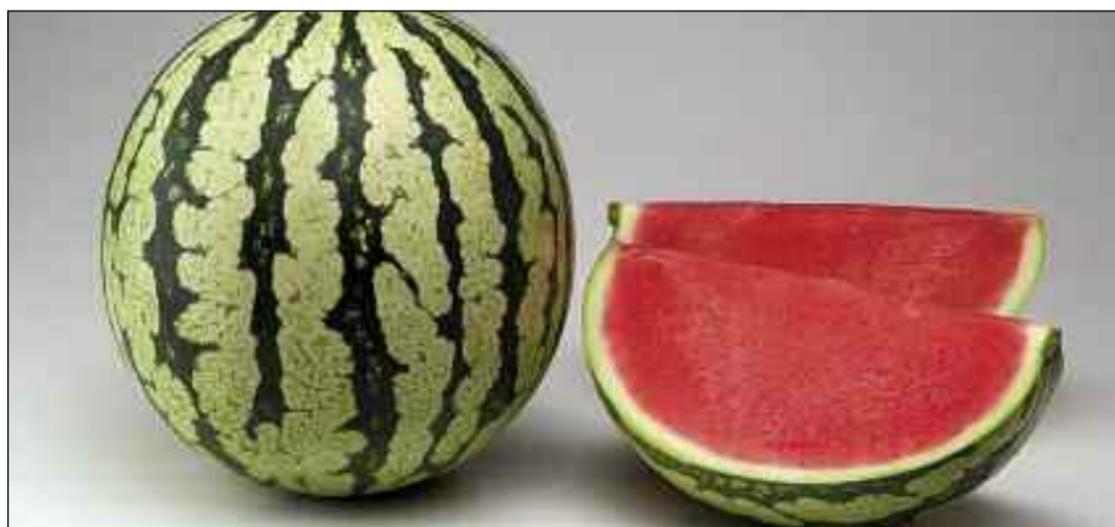
Los agricultores que se decanten, de cara a la próxima campaña de primavera, por estas dos nuevas variedades de Nunhems producirán y lograrán comercializar frutas que destacan por su singularidad, fruto de la apuesta innovadora de la empresa

Nunhems presenta dos variedades de sandía que están revolucionando el mercado hortofrutícola en la provincia de Almería. Se trata, concretamente, de las sandías Bengala^{F1} y Premium^{F1}.

BENGALA^{F1}

Un magnífico ejemplo de innovación en el sector de la sandía es la variedad Bengala F1. Según ha explicado Mercedes Fernández Lozano, especialista de melón y sandía de Nunhems, “Bengala F1 es una variedad de tipología rayada sin semilla, tiene una apariencia externa diferente a las demás, de vetas más oscuras y definidas, lo que la hace especialmente atractiva, frutos de color rojo muy llamativo y pulpa crujiente de sabor refrescante. Llama la atención su presentación interna y fina corteza y excelente comportamiento frente al ahuecado”.

“Bengala F1 está presente en el mercado desde hace dos campañas. Tiene una producción comercial final bastante elevada, con un aprovechamiento comercial que llega al 97%. Su productividad se sitúa en una media de 8 kilos por metro cuadrado. Planta generativa, lo que le confiere fácil cuajado incluso con condiciones de stress, de madurez precoz, adelantándose entre 5-7 días al resto de las variedades



■ Sandía Bengala^{F1}, de Nunhems. /FHALMERIA

comerciales de su tipología, el aspecto externo es muy llamativo y diferenciado respecto al mercado de rayadas sin semilla”, añade Fernández Lozano.

La especialista de sandía en Nunhems para la zona de Almería también ha comentado que “Bengala F1 es una variedad fácil de cultivar respecto a otras sin semillas, de una maduración agrupada, es además sencilla de recolectar. Bengala F1 aporta calibres muy comerciales tanto para los mercados nacionales como los de exportación (3, 4 y 5)”.

SANDÍA PREMIUM F1

La otra variedad sandía de Nunhems que destaca en esta campaña es Premium F1. Se tra-

ta de una sandía rayada con microsemillas, de uso dual, tanto como polinizadora como cultivo principal. Lo que le confiere la singularidad a Premium F1 es la presencia de microsemillas en el fruto, semillas totalmente comestibles. Respecto a calibres y producciones, Mercedes Fernández puntualiza que los frutos tienen un peso medio entre 3 y 3,5 kilos, calibre especialmente atractivo para el mercado de exportación.

“Cabe destacar que Premium F1 utilizada como variedad polinizadora está perfectamente adaptada a todas las variedades que existen en el mercado y utilizada como cultivo principal suponiendo una gran

ventaja para el productor. Con una producción media entre 7 y 8 kilos por metro cuadrado” utilizada como cultivo principal y entre 2 kgs/m2 utilizada como polinizador, además de rendimientos comerciales elevados de aproximadamente un 97%”, ha señalado la especialista de melón y sandía de Nunhems, Mercedes Fernández Lozano.

“Premium F1 presenta maduración precoz y viraje de color uniforme en toda la carne y un rojo intenso, la presentación interna del fruto llama su atención por su fina corteza. Recomendada tanto para invernadero como para aire libre, ya que su comportamiento agronómico y comercial es excelente en ambos

casos”, ha añadido Fernández.

La responsable comercial de sandía para la zona de Almería de Nunhems comenta que “tiene gran proyección internacional y se comercializa en mercados tan diversos como es el caso de Alemania, Reino Unido, Países del Este, etcétera. Demandada en los mercados internacionales tanto por su calibre, de fácil portabilidad ‘take away’ como por su aspecto de veta marcada, dándole un aspecto fresco”.

Con respecto al mercado nacional, este tipo de sandía “tiene cada vez más demanda comercial y está presente en los principales mercados mayoristas de la geografía española”.

Según Mercedes Fernández, “al haber descendido el número de miembros en la unidad familiar, el consumidor europeo tiende a consumir piezas más pequeñas y de calidad mantenida. Ese es el éxito de esta variedad que ya está situada en el mercado por quinto año”.

Como resumen, la sandía Bengala F1, de Nunhems, es atractiva visualmente y aporta tranquilidad de frescura al consumidor, mientras que Premium F1 es muy valorada por su original presencia, así como por su tamaño reducido, un aspecto cada vez más demandado en toda Europa.

DE ENERO A AGOSTO

El melón y la sandía almerienses están entre los diez productos más vendidos

■ Rafa Villegas

Entre los diez productos almerienses, de todos los sectores y subsectores, que más se exportan a países terceros, según los datos del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), nueve corresponden a frutas y hortalizas. En esta lista se encuentran tanto la sandía como el melón, más estacionales que las hortalizas que completan el ranking.

Así, tras los productos estrella en la lista de los más exportados, como son, por este orden, los tomates, los pimientos, los pepinos y los calabacines, aparte del intruso de la lista, en este caso manufacturas de cemento de la provincia, se encuentra una fruta como es el caso de la sandía, que se produce en un período más limitado de tiempo que las anteriores.

En concreto, entre los meses de enero y agosto de este año

2012, se exportaron sandías por un valor de 83,1 millones de euros, lo que representa el 5 por ciento de todo lo que se exportó desde la provincia de Almería al resto del mundo.

Dos posiciones más abajo de las sandías se encuentran, tras las berenjenas, los melones, que en los ocho primeros meses del año se vendieron por un valor total de 52,4 millones de euros, lo que representa un 3,1 por ciento del total.



■ Cultivo de melones de la provincia. /FHALMERIA

GRANDES RESULTADOS

Mastil F1 aumenta la rentabilidad gracias a sus mayores ventas al primer corte

Este pepino tipo Almería para el segmento de temprano de Nunhems cuenta, además, con alta resistencia a amarilleo

■ Isabel Fernández

Mastil F1 fue la novedad de Nunhems en pepino tipo Almería para el segmento de temprano en la pasada campaña. Un año más tarde, Juan Carlos Rodríguez, técnico especialista en pepino de Nunhems, afirmó que esta variedad “ha logrado confirmar todas las expectativas” que desde la empresa tenían puestas en ella y, de hecho, “su alta resistencia al virus del amarilleo y su gran calidad de fruto durante todo el ciclo” así lo han demostrado. Ha sido, precisamente, esta gran calidad durante todo el ciclo la que ha permitido que “Mastil F1 aumente la rentabilidad gracias a sus mayores ventas al primer corte”.

Según explicó el técnico especialista en pepino de Nunhems, lograr una variedad temprana con estas características no ha sido tarea fácil; sin embargo, “en Nunhems hemos conseguido aumentar la calidad en pepino temprano”, pero no sólo eso. Además, “hemos mejorado mucho la resistencia a amarilleo y hemos conseguido la misma calidad de fruto en la caña que en el rebrote”.



■ Mastil F1 ofrece la misma calidad de fruto en la caña que en el rebrote.

te”, dotando así a Mastil F1 de una gran uniformidad, mientras que las variedades que hasta aho-

ra había en el mercado sólo lograban mantener esa calidad durante el principio del cultivo.

Mastil F1, que fue la novedad de Nunhems en pepino tipo Almería durante la pasada campaña, ha logrado crecer mucho en el campo almeriense en este nuevo ejercicio 2012/2013, gracias, precisamente, a que “logra dar respuesta a las demandas de los agricultores, que buscaban esa mayor calidad al final del ciclo”. De este modo, la empresa, que ya es líder en el mercado de pepino en los segmentos de francés y español, prevé aumentar de forma considerable su cuota de mercado en el segmento de pepino tipo Almería para ciclo temprano en el próximo año.

Taray F1 es una variedad multirresistencia indicada para un ciclo de primavera

También en pepino largo, aunque ahora para primavera, Nunhems cuenta con su variedad Taray F1, que destaca, según explicó Rodríguez, por ser un pepino con “multirresistencia”, ya que

“es resistente a ceniza, virus del amarilleo y virus de las venas amarillas” y, además, “permite un ciclo muy largo en primavera”. Está recomendado para plantaciones de enero y febrero.

CAMPAÑA 2012/2013

La superficie de pepino con lucha integrada suma ya 2.660 hectáreas

■ I. F. G.

La superficie de pepino cultivada con lucha integrada suma ya 2.660 hectáreas, según los datos hechos públicos por la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente. De este modo, en esta campaña 2012/2013, la superficie cultivada bajo estos métodos ha crecido un 13'2 %, en relación al ejercicio anterior. El pepino se mantiene así como el cuarto cultivo con mayor número de hectáreas de lucha integrada, sólo por detrás del tomate, el pimiento y el melón.

Desde que en la campaña 2007/2008 arrancara la llamada ‘Revolución verde’, la superficie de control integrado de plagas de este cultivo no ha hecho más que crecer; de hecho, y según se desprende de los datos hechos públicos por la Administración andaluza, se ha pasado de las apenas 670 hectáreas del año 2007 a las 2.660 actuales, o lo que es lo mismo, en cinco campañas, la superficie de pepino con lucha integrada se ha multiplicado por cuatro.

Tras el éxito logrado en tomate, sobre todo en los dos últimos ejercicios, los investigadores de las empresas de control biológico se afanan ahora en perfeccionar este método en el cultivo de pepino en toda la provincia.

DATOS DEL PANEL DE CONSUMO EN LOS HOGARES DEL MINISTERIO

El consumo de pepino en el mercado nacional creció un 5'7 % hasta el mes de septiembre

■ I. F. G.

El consumo de pepino en España creció un 5'7 % entre octubre de 2011 y septiembre de 2012, según se desprende de los datos más recientes del Panel de Consumo en los hogares, elaborado por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA), que también refleja el aumento del consumo de pimiento, en este caso, en un 4'2 %. Por el contra-

rio, productos como la judía o los calabacines vieron caer su demanda en el mercado nacional y lo hicieron un 2'1 % y un 1'7 %, respectivamente. En cualquier caso, y en líneas generales, el consumo de hortalizas frescas creció un 1'2 % en el período de referencia.

En el caso de las frutas frescas, su consumo en los hogares creció un 2'5 %, siendo, sobre todo, las frutas de verano las más beneficiadas. De hecho, el consu-

mo de sandía aumentó un 12 %, mientras que el de melón lo hizo un 3'7 %.

El gasto total en alimentación en los hogares españoles ascendió entre octubre de 2011 y septiembre de 2012 a 67.559 millones de euros. Según indicó el MAGRAMA a través de un comunicado, “esto representa que se mantiene relativamente estable (+0'5 %) por el ligero descenso de los precios medios (-0'4 %)”. Asimismo, y en lo que res-

pecta al consumo de alimentos, “también se ha constatado un incremento del 1 %, en relación al mismo período del año anterior”.

DATOS DE SEPTIEMBRE

Pese a las buenas cifras, en general, del último año, lo cierto es que los datos del pasado mes de septiembre no son tan halagüeños. De hecho, entonces, y según las cifras del Panel, el consumo de hortalizas y patatas frescas descendió un 2'2 %. Fueron especialmente considerables los descensos experimentados en la compra de judías verdes (10'1 %), tomates (4'6 %) y pimientos (3'7 %). Productos como la berenjena, por su parte, aumentaron su demanda en más de un 9 %.



■ Pepinos. /FHALMERIA

EN CUCURBITÁCEAS DE PRIMAVERA

El injerto de cuña de Semilleros El Plantel y sus cuidados garantizan mayor productividad

David Sánchez, técnico de la empresa, asegura que el rendimiento sobre cien semillas de sandía es muy alto, concretamente entre un 93 y un 95 por ciento de aprovechamiento, contando todo el proceso de germinación y las mermas

■ Rafa Villegas

La amplia red de instalaciones que tiene Semilleros El Plantel a lo largo de la provincia y el éxito que ha logrado en todas ellas se deben a varios factores tan importantes como, por ejemplo, el buen servicio que le prestan al agricultor, la aplicación constante de las últimas tecnologías, así como la consecución de plantas que dan excelentes resultados. David Sánchez, técnico de El Plantel, ha asegurado que se diferencian de la competencia “en el tipo de injerto que realizamos y en el tratamiento de las plantas desde el inicio”. Y es que, como ha explicado, “en la crianza de las plántulas les aplicamos unas bacterias fijadoras de nitrógeno, que les ayudan a asimilar el fósforo, mejoran el crecimiento radicular y hacen que crezcan y produzcan más”.

En cuanto al injerto de melón, sandía y tomate, en Semilleros El Plantel lo hacen tipo ‘púa’ o ‘cuña’. Sánchez ha asegurado que “son muy pocos los semilleros que lo hacen así en España y sus principales ventajas son la gran rentabilidad que propician”. Sánchez ha explicado, por ejemplo, que “el rendimiento sobre mil semillas de sandía es muy alto, concretamente de entre un 93 y un



■ El injerto de sandía, melón y tomate de Semilleros El Plantel es en forma de cuña y favorece una mayor producción. /FHALMERIA

95 por ciento de aprovechamiento, contando el proceso de germinación y las mermas”.

Lo cierto es que la suma del esqueje en forma de cuña y la aplicación de dichas bacterias anteriormente mencionadas a todas las plantas de melón y sandía ha hecho posible que crezcan, como ha confirmado Sánchez, “con mayor vigorosidad, que se adapten perfectamente tanto al campo como a la calle y que enraí-

cen y desarrollen bastante rápido hasta el corte”. Así se consigue reducir considerablemente el tiempo que va del trasplante al corte, lo que conlleva un importante ahorro.

David Sánchez ha asegurado que “un agricultor de la comercializadora Coprohnijar a los 28 días puso la sandía y la cortó en 68 días, y eso con días invernales con pocas horas de luz y una climatología adversa”. Sánchez

ha explicado que “se trata del caso más llamativo, pero todos los productores nos aseguran que ganan en producción con este injerto y en precocidad a la hora de cortar el fruto”.

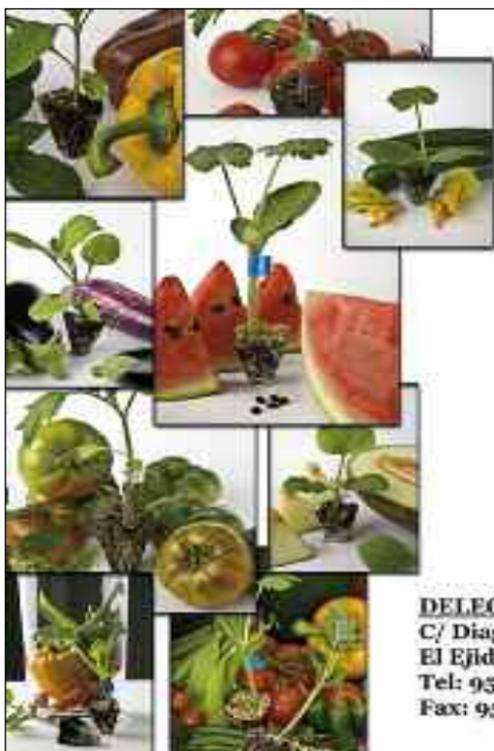
DEMANDA IMPORTANTE

A fecha de finales de noviembre, solo en las instalaciones de Semilleros El Plantel de San Isidro, en el término municipal de Níjar, ya habían recibido encar-

gos de 300.000 injertos de sandía. Su técnico, David Sánchez, ha asegurado que prevén alcanzar “un total de 4 millones de injertos de esta fruta”.

Estas cifras repercuten muy favorablemente en la zona. Y es que, por ejemplo, en Semilleros El Plantel de San Isidro trabajan entre 100 y 120 operarios para sacar adelante los pedidos de cara a la campaña de primavera. Sánchez ha asegurado que en las instalaciones que tienen en La Mojonera “trabajan entre 80 y 90 personas, mientras que en las de Vícar, que abrimos a principios del verano, ya tuvieron una buenísima aceptación en el período estival, llenándose, y esperamos necesitar también de un elevado número de trabajadores para hacer frente a todos los pedidos”.

Para Semilleros El Plantel prima dar la mayor facilidad posible al agricultor para que elija lo mejor en “el proceso de encargo y la elección de las variedades que mejor se adapten a su invernadero”, ha asegurado Sánchez, que ha explicado que “cuando nos visitan para ver sus plántulas, los técnicos les resolvemos cualquier duda e incidencia, también en el trasplante”. Y es que, ha recordado, “lo esencial es que el agricultor, que es nuestro activo más importante, no pierda”. Sánchez ha alabado también las instalaciones de El Plantel, “siempre a la última, sin punto de comparación”.



El Plantel
SEMILLEROS



Siempre al lado del agricultor

Líderes en injertos
Pioneros en cultivo “Ecológico”

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

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

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

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

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

GAMA LÍDER PARA CULTIVOS EN ALMERÍA

Semillas Fitó mantiene su oferta en pepino, melón y sandía para siembras de invierno

La empresa lanza Baezal y Mitre, en pepino, y refuerza su apuesta por Merisin y Toro, en sandía, e Indálico y Malerva, en melón

■ CIA

De cara a las próximas siembras en los invernaderos de Almería, los agricultores profesionales ya están evaluando qué variedades van a trasplantar y, muchas de ellas, son de Semillas Fitó, líder en cultivos como el melón, la sandía o el pepino. Entre esas variedades destacan las nuevas Baezal y Mitre, en pepino, y las ya conocidas Toro y Merisin, en sandía, e Indálico y Malerva, en melón.

Para este año, la principal novedad de la compañía es el pepino Baezal, un pepino corto (tipo Cornichón) que ofrece el máximo color durante todo el ciclo productivo. Baezal está indicado para siembras desde septiembre a febrero y presenta una planta muy vigorosa con capacidad de crecimiento en días cortos, con hojas oscuras y sanas y con resistencia intermedia (IR: CVYV/Px). El fruto es muy oscuro, con buena densidad de espigas y una excelente poscosecha.

Además de esta novedad para invierno, también se ha presentado como novedad para siembras de primavera el pepino Mitre, recomendado a partir del 15 de febrero y que también se utiliza para siembras de otoño (todo el mes de agosto). Mitre es un pepino holandés que aguanta muy bien la amarillez, la vena amarilla y el oídio, respondiendo así a las necesidades de los agricultores. Presenta una planta de entrenudo corto, hoja pequeña y oscura, muy adaptada a las plantaciones tempranas con calor. Además, también destaca por la calidad de fruto que ofrece, tanto al productor como a la distribución y al consumidor final, dando un pepino acanalado y de longitud uniforme, que rellena bien, destacando por su alta calidad en el rebrote, lo que permite tener un ciclo más largo.

OFERTA EN MELÓN

En melón, Semillas Fitó continúa siendo líder en amarillo con sus



■ Sandías de alta calidad Toro y Merisin.



■ Indálico y Malerva están muy valorados para exportación.

variedades Indálico y Malerva. Indálico es un melón con alta precocidad y concentración de frutos, ideal para el cultivo en Almería, de planta vigorosa, de hoja pequeña y entrenudos cortos. Soporta bien la amarillez y es tolerante a oídio. El fruto es de piel lisa, forma oval y color amarillo oro, y la carne es crujiente y muy azucarada (12° brix). Además, pre-

senta una buena conservación de la carne una vez recolectado y ofrece una producción concentrada y elevada, manteniendo un tamaño ideal para la exportación. Su época de trasplante es de mediados de enero a finales de febrero.

Por su parte, Malerva es un melón amarillo precoz en siembras tardías, con una planta de vigor

intermedio, con gran facilidad para mostrar la floración femenina y, por lo tanto, para cuajar, siendo su cuaje muy precoz y concentrado. El fruto es de forma oval, piel lisa y color amarillo oro. La carne es crujiente y muy azucarada, con un calibre medio ideal para exportación. Se recomienda el trasplante a partir de primeros de marzo hasta final de

campana. Presenta buena tolerancia a oídio.

SANDÍA

Por último, en el segmento de sandía, se mantiene la demanda de las variedades Toro y Merisin. Toro es una variedad temprana, oscura y que presenta una planta de vigor medio, de producción agrupada y muy precoz, con buena afinidad con cualquier portainjerto, especialmente con F-90. El fruto es redondo, muy uniforme, de color verde muy oscuro y escasa corteza, y presenta una carne de color rojo muy intenso, crujiente, muy azucarada (11,5° brix) y poco fibrosa. Su tamaño es muy comercial, destacando especialmente por su color verde oscuro, su uniformidad y la gran calidad de su carne. Se recomienda el trasplante de enero a marzo.

Por su parte, Merisin es una sandía redonda sin semilla, muy productiva, que presenta una planta vigorosa, de escaso follaje, de cuaje muy precoz y de producción muy agrupada. El fruto es de forma redondeada, muy uniforme, de buen calibre y no ahueca, con una piel rayada con fondo claro, gran calidad de carne y escasa fibra. Se recomienda el trasplante también entre enero y marzo.

UN BUEN DATO

El precio medio del melón aumentó durante la pasada campaña agrícola

Según el último avance de la Consejería de Agricultura, este producto alcanzó los 0'44 euros por kilo, frente a los 0'38 de un año antes

provincial, según los datos de la Administración autonómica, se pagó al agricultor a 0'64 euros el kilo, 0'20 euros más que en el

último ejercicio cerrado en la provincia.

La mayor competencia procedente de países terceros, sobre



■ Melón galia. /FHALMERIA

todo de destinos de ultramar, está poniendo en jaque la situación de este producto en las últimas campañas. Los melones llegados de Sudamérica alcanzan el mercado comunitario antes que los provinciales y, al ser, por norma general, de menor calidad, marcan unos precios demasiado bajos que, evidentemente, repercuten en el fruto de Almería.

■ Isabel Fernández

La pasada no fue, ni mucho menos, una mala campaña para las producciones de melón de la provincia. De hecho, según el último avance de la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, a falta aún de un balance definitivo, el precio medio del melón ascendió a 0'44 euros por kilo, 0'06 euros más que justo un año antes, cuando esta fruta tuvo una cotización media de 0'38 euros el kilo. Para la Administración andaluza, estas cifras no son nada desdeñables, aunque, en cualquier caso, destacaron la "tendencia a la baja" en la recta final del ejercicio. Asimismo, llamaron la atención sobre el hecho de que "los agricultores se decantaron por las variedades más cotizadas"; de ahí, quizás, que ni siquiera un incremento de la superficie fuese motivo para un descenso de las cotizaciones.

Las producciones de melón de la provincia salvaron, así, la pasada campaña. Un ejercicio en el que todo el mundo los miraba con lupa, habida cuenta del fracaso de justo un año antes, cuando melón y sandía fueron, si cabe, los grandes damnificados de la campaña, tras la mal llamada 'crisis del pepino'.

Esos 0'44 euros por kilo supusieron, además, el mejor precio de las cuatro campañas precedentes; de hecho, en el ejercicio 2007/2008, el precio medio de esta fruta estival se situó en los 0'40 euros el kilo, la misma cifra que en el ejercicio 2009/2010. Las campañas 2008/2009 y la 2010/2011 marcaron, por su parte, los peores números para el melón; en la primera, apenas se vendió a 0'34 euros el kilo, mientras que, en la segunda, aunque algo más caro, se mantuvo por debajo de la línea que marcan los 0'40 euros y, de hecho, apenas se vendió a 0'38 euros el kilo. En cualquier caso, estas cifras nada tienen que ver con las de hace cinco campañas, cuando el melón

Sandia
Toro,
Sabor y uniformidad
en todas las fechas

SEMILLAS
fito
Desde 1880, mejorando contigo

www.semillasfito.com

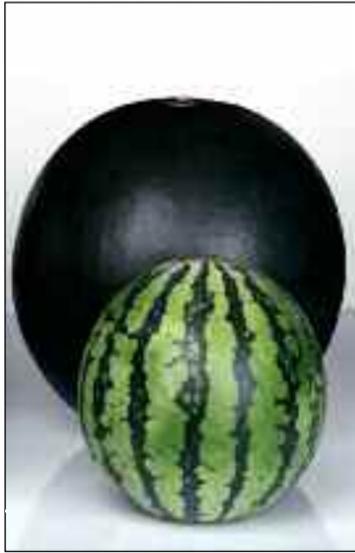
NEGRA SIN SEMILLAS Y RAYADA

Rijk Zwaan presenta Titania RZ y Tigrigno RZ, dos sandías muy productivas y de gran sabor

La casa de semillas ofrece dos nuevas variedades que se pueden cultivar en Almería tanto al aire libre como bajo invernadero

■ Elena Sánchez

La casa de semillas Rijk Zwaan ya está manos a la obra con la próxima campaña de sandía, ya que los primeros trasplantes se comienzan a hacer entre los meses de diciembre y enero para aquellas variedades más tempranas. En esta ocasión, la entidad quiere resaltar tres variedades (dos de ellas novedades este año) que cumplen perfectamente con las exigencias tanto de agricultores como de mercados. En este sentido, la primera de ellas es Baronesa RZ, una variedad para la que éste será su tercer ejercicio comercial. Se trata de una sandía negra con semillas



■ Titania RZ y Tigrigno RZ. /RIJK ZWAAN

que destaca por tener un tamaño muy uniforme y un peso que ronda los 8 kilos. Según indica Manuel Correa, responsable de sandía de Rijk Zwaan, “esta sandía tiene muy buen sabor y, para mí, una de las cosas más características de

esta variedad es que tiene muy buena cobertura del fruto, lo que evita los problemas de golpes de sol producidos por vientos secos y veranos calurosos”. Baronesa RZ es una fruta que se recomienda para ciclos de primavera-verano en cultivos al aire libre, es decir, trasplantes de marzo en adelante. Otra de las ventajas destacadas por Correa es que se trata de una sandía que “se comporta muy bien frente al oídio. Además, tiene un buen rendimiento productivo, ya que normalmente ronda los 7-8 kilos por metro cuadrado”. Por su tamaño, normalmente, esta variedad está destinada al mercado nacional.

NOVEDADES

En cuanto a las novedades que se presentan de cara a esta nueva campaña, Rijk Zwaan ha dado a conocer Tigrigno RZ (62-301 RZ) y Titania RZ (62-555 RZ). La primera de ellas es una variedad muy no-

vedosa, según Manuel Correa, “porque es de piel rayada, de carne roja y microsemillas, es decir, la semilla es tan pequeña que el consumidor la come sin problemas”. Lo bueno de esta sandía es que “poliniza muy bien las tipo triploides negras y aporta, además del valor añadido de la semilla, un tamaño uniforme de 3 kilos, es decir, mucho más pequeña que la otra y está teniendo cada vez más aceptación en los mercados europeos”. La maduración de Tigrigno RZ es coincidente a la de la sandía sin semillas cuando se utiliza como polinizador. Por otro lado, en lo que respecta a su ciclo de producción, ésta es una sandía muy flexible, “se puede poner tanto en invernadero como en aire libre. Así, en invernadero, serían trasplantes desde diciembre a marzo y al aire libre de marzo a agosto, por lo que es una sandía que está presente en el mercado desde el principio has-

ta el final. El ejemplo es que la hemos tenido en Adra en plantaciones muy tempranas y en La Mancha en plantaciones de recolección en septiembre”.

Finalmente, Rijk Zwaan resalta la segunda de las novedades en sandía para la campaña 2012/2013. Se trata de Titania RZ (62-555 RZ), una sandía negra sin semillas (triploide) de carne roja, con una planta muy vigorosa, pero con facilidad de cuajado. En este sentido, el responsable de sandía de la casa de semillas explica que “podemos decir que es una variedad muy productiva y se puede ir a unos 8 kilos por metro cuadrado. Se caracteriza por tener un calibre de medio a grande (7 kilos por fruto) y de muy buen sabor, por lo que recuerda a las sandías tradicionales”. En lo que respecta a su ciclo productivo, en invernadero estaría entre diciembre-enero, y en aire libre a partir de marzo.

AMPLIA OFERTA

Somontiel RZ y Sucrel RZ cubren todo el ciclo de producción de melón piel de sapo

■ Elena Sánchez

La campaña de melón ya está presente en la casa de semillas Rijk Zwaan, a pesar de que aún no hay previsiones de cómo se va a desarrollar en cuanto a cantidades y trasplantes por parte de los agricultores. Aún así, la entidad va a apostar este año por sus variedades de melón piel de sapo, con las que va a cubrir todo el ciclo de producción. De hecho, Alberto Domingo, responsable de melón de Rijk Zwaan, comenta que “este año vamos a seguir apostando fuerte por Somontiel RZ, una variedad para temprano, que cuenta con una planta fuerte y cuaje fácil en bajas temperaturas”. Además, una de las características más importantes a destacar de esta variedad de melón es que ofrece “una fruta muy uniforme y dorada en madurez, con buen grado de azúcar, aspectos ya conocidos y aceptados por los compradores”. Por otro lado, en cuanto a plantaciones tardías, la casa de semillas cuenta con la variedad



■ Somontiel RZ es una variedad para temprano. /RIJK ZWAAN

Sucrel RZ, la cual “lleva muchos años en el mercado y en tardío funciona muy bien, ya que disfruta con unas producciones muy elevadas”, asegura Domingo. Las tendencias que se esperan para esta campaña en cuanto a las exigencias del agricultor no van a variar en comparación con años anteriores. Y es que, para Alberto Domingo, “el agricultor busca plantas resistentes, que sean de fácil cuaje y que tengan una producción elevada, es decir, 6 kilos y, si pueden, más. Aquí no va a haber variación con respecto a campañas anterior-

res”. Sin embargo, parece ser que en cuanto a mercado, hablando de piel de sapo, “sí que hay una tendencia a reducir calibres, por ejemplo, melones de 4 kilos cada vez se piden menos, quieren melones de 3,5 kilos e incluso van entrando ya los de 2,6 kilos”.

El responsable de melón de Rijk Zwaan explica que “está habiendo una tendencia a reducir el calibre y por eso el agricultor lo que va a hacer, dentro de las variedades que hay, es intentar no engordar demasiado el melón”. De hecho, hablando del piel de sapo, la

entidad cuenta con el concepto Mellissimo, en concreto con la variedad Ricura RZ, con la que “el año pasado tuvimos una experiencia en Almería y este año las mismas empresas quieren participar, e incluso se van a unir otras entidades más. Son melones con un formato mucho más pequeño, (entre 1,5 y 2,5 kilos) para exportar y también para vender en el mercado nacional. Este melón, el consumidor lo puede encontrar prácticamente todo el año desde mayo, ya que comenzamos la producción con Almería, luego la seguimos con Murcia, La Mancha, Brasil, Senegal. Por ahí van los inicios de lo que pueden ser en un futuro los formatos de los melones”.

GALIA

En cuanto a las variedades de galia que ofrece la casa de semillas, está Guadiana RZ, un melón larga vida. Sin embargo, Alberto Domingo adelanta que “la tendencia poco a poco es ir pasando a un media vida o incluso al formato tra-

dicional. Parece ser que el larga vida no ha llegado a entrar de la manera que se quería y hay empresas que están optando ya por variedades antiguas, por así decirlo. Nosotros tenemos Alpes RZ, que es una variedad que se ponía hace años y ahora hay empresas que quieren ponerla. Tiene un cambio de color de verde a amarillo, la carne es verde melosa, etc. estamos volviendo un poco a los orígenes”.

CANTALOUPE

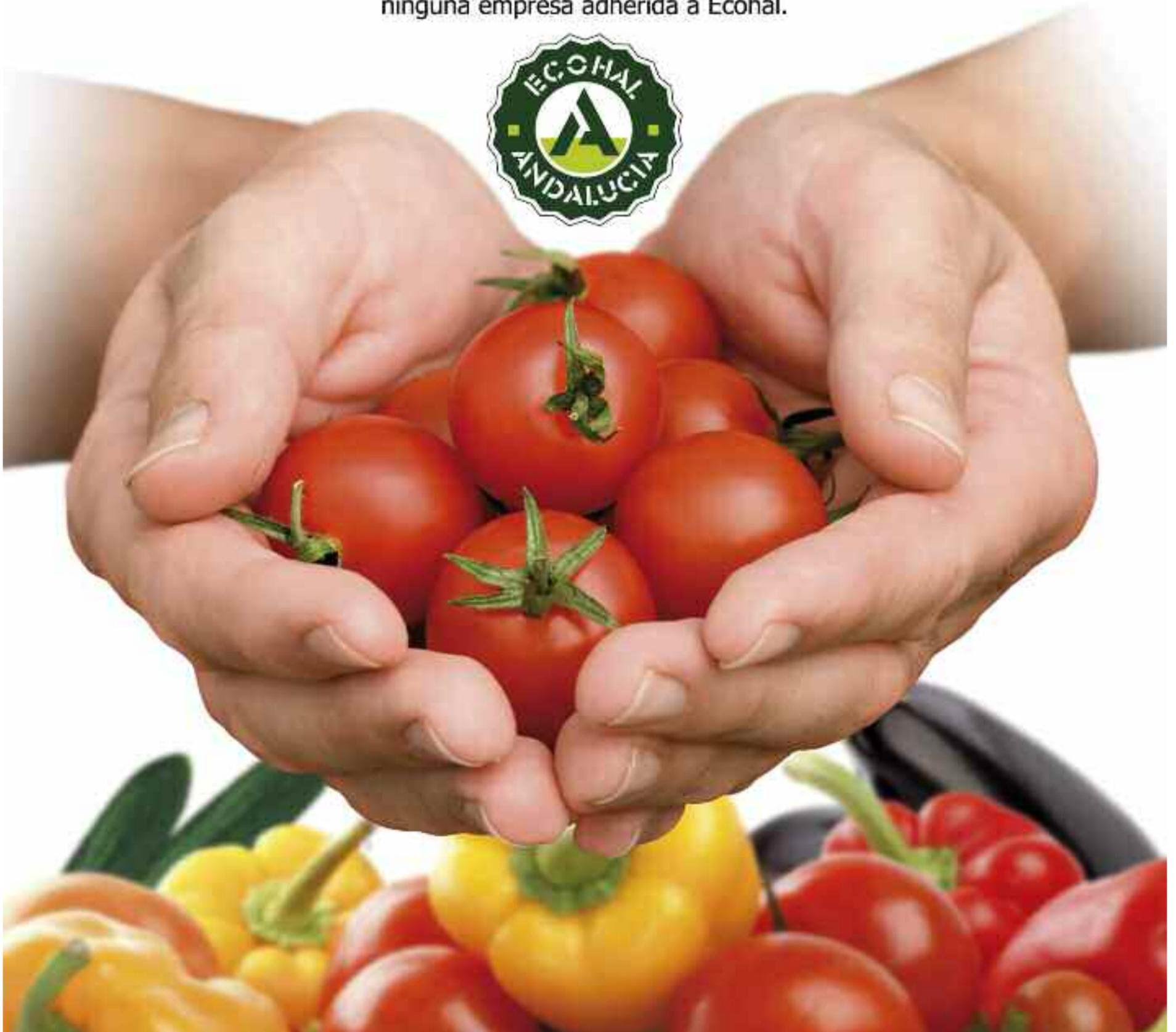
En cuanto a melón cantaloupe, la entidad sigue apostando por la variedad temprana 34-402 RZ. En esta ocasión, este melón destaca por dos grandes ventajas: es muy precoz y coge mucho azúcar. Para Domingo, “esto es muy bueno, sobre todo en temprano, porque los precios para un cantaloupe en las primeras recolecciones pueden pasar de un euro, el lunes, a 70 céntimos, el viernes. Por eso la precocidad es fundamental, sobre todo en cuanto al nivel de azúcar porque, a veces, las plantaciones tempranas que ponen en enero y a primeros de mayo ya se están cortando, el azúcar viene bastante justo; sin embargo, con esta variedad te aseguras que si cortas con 14 grados, el que menos contará con 12,5 grados de azúcar”.

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.



AMPLIA GAMA DE PRODUCTOS

Los melones y sandías de Seminis® aportan un valor añadido a sus clientes



■ Fenway, la negra sin semillas de Seminis, ya es una referencia.

■ CIA Seminis®, marca de Monsanto TM, tiene una amplia y completa gama de melones y sandías con la que da respuesta a todas las exigencias no solo de los mercados, sino también de agricultores y consumidores. La gama de melones cantaloup de Seminis® responde a los diferentes ciclos de cultivo, desde los más tempranos, como pueden ser los casos de Eureka y Bosito, hasta los más tardíos, como es el caso de Tezac. Eureka es un melón que tiene una planta de fuerte vigor, con facilidad de cuaje y con una alta productividad. Su carne es de color naranja intenso, con buena conservación postcosecha y un alto contenido en azúcar.

Por su parte, Bosito también ofrece una planta vigorosa, de fácil cuaje y alta productividad. Además, sus frutos tienen el tamaño óptimo, son redondos muy uniformes, con escriturado fino y denso. Por su parte, la planta de Tezac también es vigorosa, con facilidad de cuaje y una alta productividad. Su carne es de color naranja, con alto contenido en azúcar y excelente postcosecha.

En la gama de piel de sapo, Seminis® cuenta con Havana y Gabriel. Havana es un melón perfecto para producciones en Almería y Murcia, para plantaciones tempranas y medias. Es muy productivo y ofrece un fruto muy uniforme, contiene el peso idóneo que piden los mercados. Gabriel, por su parte, se adapta a diferentes tipos de terreno. Posee

una planta vigorosa que cuaja bien con frío, no presenta avinado y aguanta muy bien la fruta en la planta. Es un melón precoz y muy apreciado por su sabor tradicional y alto contenido en azúcar. Está recomendado para siembras de enero a marzo.

SANDÍAS

Seminis® también cuenta con una gama de sandías que responde a todas las demandas de sus clientes. En este sentido, hay que destacar tanto a Fenway, una sandía sin semillas de carne roja y corteza exterior de color negro, y Babba, una sandía rayada con fondo de color ligeramente verde, pero más oscuro que las tradicionales.

Fenway es una sandía cuya planta tiene un vigor alto y con buena cobertura de fruto. Se caracteriza, además, por su buena adaptación a todos los periodos de transplante y a todas las zonas de cultivo; de hecho, ya en la campaña pasada, cosechó muy buenos resultados en las plantaciones más tempranas. Su fruto es de forma redonda, con una carne de color rojo intenso, pero si por algo destaca es por su gran sabor y dulzura, que la hacen ideal para cualquier mercado.

Babba tiene un extraordinario cuaje, dando elevadas producciones, lo que la hace idónea para el productor más exigente. A esto hay que sumar su buen aguante en la planta, sin sobremadurar, además de una muy buena tolerancia al ahuecado. Es una sandía dulce y con buenos calibres.

PEPINOS PARA TODOS LOS AGRICULTORES



■ SV0091CE tiene un fruto con un excelente color verde oscuro.

Monsanto ofrece variedades que cubren todo el ciclo y garantizan una buena producción en Almería

Espartaco y SV0091CE, en pepino tipo holandés, y Unistars, una variedad snack, son las propuestas de la empresa esta campaña

■ Isabel Fernández

Monsanto cuenta con un amplio catálogo de variedades de pepino que vienen a dar respuesta a las demandas de los agricultores no solo de Almería, sino también de la costa granadina. La multinacional ofrece, de este modo, propuestas para siembras intermedias y también tardías, garantizando, en ambos casos, una buena producción y una excelente calidad de fruto.

En este sentido, y para siembras medias, del 15 de agosto al 20 de septiembre, Espartaco sigue siendo la referencia en el catálogo de pepino de Monsanto. Esta variedad destaca por tener una planta abierta y equilibrada, con una producción precoz. Asimismo, es una variedad equilibrada en cuanto a planta y fruto y con resistencia a ceniza, lo que facilita su cultivo. Espartaco es resistente, además, a HR CVYV, así como a IR CYSDV / Px (PM). En cualquier caso, si por algo destaca esta variedad es por su excelente capacidad productiva durante todo el ciclo de cultivo, así como por sus frutos muy uniformes y de un color verde oscuro.

Para siembras de septiembre y octubre tanto en Almería como en la costa granadina, Monsanto cuen-



■ Unistars, el pepino snack de Monsanto, se puede cultivar todo el año.

ta con SV0091CE, un pepino tipo holandés que destaca por tener una planta vigorosa y de porte abierto, muy productiva y con un alto porcentaje de frutos de primera calidad. Esta variedad ofrece, asimismo, un fruto uniforme, con un excelente color verde oscuro, sin cuello de botella y con un buen cierre. Por si todo esto fuese poco, SV0091CE mantiene la longitud durante todo el ciclo de cultivo. Por último, y en lo que respecta a las resistencias, esta variedad es resistente a CSYDV, CVYV y Px.

Pero todas las propuestas de la multinacional de semillas para esta campaña no se enmarcan en el segmento de pepino tipo holandés. De

hecho, Monsanto cuenta en su catálogo con un pepino snack para siembras durante todo el año: Unistars.

PEPINO SNACK

Unistars es un pepino snack que, si bien se puede cultivar durante todo el año, destaca, sobre todo, en invierno. Cuenta con una planta abierta, con entre 4 y 5 pepinos por nudo, y se diferencia del resto de variedades que hay en el mercado por tener poco aborto de fruto y, además, porque el 90 % de sus frutos son de primera calidad. Estos pepinos snack son muy crujientes y, además, tienen un buen aguante postcosecha.

Especial ASÍ FUE FRUIT ATTRACTION



Almería, con protagonismo absoluto, en la mayor feria hortofrutícola de Europa

ESPECIAL FRUIT ATTRACTION 2012

Mucho negocio, lo mejor de la gran feria hortofrutícola de Europa



■ Las empresas almerienses tuvieron un protagonismo especial. Hortofrutícola Costa de Almería fue una de las más destacadas en esta edición. /FHALMERIA



■ Agroejido estuvo junto al grupo de empresas de ECOHAL. En esta foto, Emilio Villegas, gerente de Agroejido, junto a José García Fuentes. /FHALMERIA

Si hay un dato que define fielmente lo que ha sido la última edición de Fruit Attraction es el gran volumen de negocio que se ha llegado a registrar.

Aunque no gusten las comparaciones, es necesario apuntar que el crecimiento espectacular experimentado por la muestra madrileña se va a dejar notar en la cita berlinesa de Fruit Logística, casi con toda seguridad.

Centrándonos en lo sucedido en Madrid, hay que destacar la presencia de las grandes comercializadoras almerienses, una casi completa representación de las productoras de semillas y un buen número de entidades que desarrollan su trabajo en la industria auxiliar de la horticultura almeriense. La comitiva almeriense ha sido la más impor-

tante y ha crecido de forma considerable respecto del año pasado. Al final de la edición de este año, ya se aseguraba que, para la del que viene, va a ser aún mayor.

El éxito de la muestra radica en la gran cantidad de importadores de todo el mundo que se acercan a Madrid a ver las novedades que presentan las empresas en el negocio de la comercialización de productos procedentes del campo.

La cita se convierte en un centro de negocios donde se desarrollan todo tipo de foros relacionados con la venta de las hortalizas, desde el productor hasta el consumidor final.

A pesar de algunos problemas de organización, los empresarios reconocen el éxito.



■ Fernando García Díez, director general de La Unión. /FHALMERIA



■ El grupo Femago-Uniagro-Agrupalmería fue a la feria a 'Darlo todo'. /FHALMERIA



■ CASI, como siempre, impresionando a todos y mostrando su liderazgo en tomate. /FHALMERIA



■ Agrupaejido volvió a recuperar su sitio con un stand muy bonito y espectacular. /FHALMERIA



■ El alcalde de Níjar, Antonio Jesús Rodríguez, y José Requena, concejal de Agricultura, se trasladaron a Madrid para estar junto a sus empresarios. /FHALMERIA



■ Cajamar acompañó a los empresarios almerienses en una nueva edición de la muestra de la comercialización hortícola nacional. /FHALMERIA



■ Ambiente excepcional en la última edición. /FHALMERIA

ESPECIAL FRUIT ATTRACTION 2012



■ Syngenta se mostró, una vez más, pletórica de espectacularidad. /FHALMERIA



■ Manuel Gómez, concejal de Agricultura de El Ejido y técnico agrícola, disfrutó mucho en Fruit Attraction. También es un hombre del campo. /FHALMERIA



■ Anecoop volvió a mostrar, una vez más, las excelencias de la marca 'Bouquet'. /FHALMERIA



■ Gabriel Barranco, presidente de La Unión, mostrando satisfecho su marca de IV y V Gama 'Aldea Verde'. /FHALMERIA



■ Fitó y su buen gusto a la hora de captar la atención de todo el público. /FHALMERIA



■ Rijk Zwaan, marcando territorio como en cada feria. La multinacional mostró nuevas formas de consumir vegetales. /FHALMERIA



■ Saliplant, el semillero con sede en Motril, cautivó a los asistentes con una magnífica foto-mural titulada 'Las manos'. /FHALMERIA

ESPECIAL FRUIT ATTRACTION 2012



■ El equipo de Plaform aprovechó la feria para presentar las cualidades de sus envases para las hortalizas. /FHALMERIA



■ Agroponiente y Vegacañada, empresas de Grupo Agroponiente, con muchos empresarios en su stand. /FHALMERIA



■ Ascensión Martín, de Atlántica Agricultura Natural, llevó a la cita madrileña los productos de su empresa. /FHALMERIA

La mejor selección para el mercado europeo

Costa de Almería

HORTOFRUTICOLA

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

ESPECIAL FRUIT ATTRACTION 2012



■ El equipo de Induser mostró sus máquinas a las empresas presentes en la muestra. /FHALMERIA



■ Ramiro Arnedo llevó su imagen a Madrid para potenciar la empresa de semillas que tantos frutos ha generado en los últimos años. /FHALMERIA



■ El equipo de Alfredo Iñesta en Madrid, dando a conocer los resultados de las últimas investigaciones de esta empresa de nutrientes. /FHALMERIA



■ Francisco Luque, gerente de Semilleros Laimund, recibió un premio en la última edición de Fruit Attraction por su buen hacer. /FHALMERIA



■ Jaime Gisbert, de Koppert, con sus 'bichos', mostrando la veteranía y la experiencia de su empresa en el campo de la lucha integrada contra las plagas. /FHALMERIA



■ Jesús Ariza, José María Busquet y Albert Alcón, de Diamond Seeds. /FHALMERIA



AGROI RIS

Desde 1994

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

www.agroiris.com.
fguil@agroiris.com / asalinas@agroiris.com




ESPECIAL FRUIT ATTRACTION 2012



La Federación de ECOHAL llevó su stand tipo para dar servicio privado a sus empresas en la feria madrileña. /FHALMERIA



fhalmérica ocupó un lugar destacado en Fruit Attraction 2012, junto a otras publicaciones especializadas del sector. /FHALMERIA



Seminis y De Ruitler, marcas de Monsanto, presentaron sus hortalizas en un stand conjunto. /FHALMERIA



Los caldos vegetales de Rijk Zwaan, una nueva iniciativa de la multinacional de semillas en colaboración con otras empresas para el fomento del consumo de vegetales. /FHALMERIA

PRESENTACIÓN

Semillas Fitó presenta su Panel de Cata para recuperar el sabor del tomate

Semillas Fitó aprovechó su presencia en Fruit Attraction para presentar a los profesionales del sector uno de sus proyectos más pioneros: la creación del Panel de Cata de Tomates. La idea transmitida por los consumidores desde hace tiempo, sobre la pérdida del sabor tradicional de los tomates que llegan al supermercado, ha inspirado este proyecto pionero, que pretende definir las características organolépticas de los tomates que gustan a los consumidores, llevándolas a la mejora varietal para ofrecer variedades que recuperen ese sabor y gusto excelentes.

El acto contó con la presencia de 50 profesionales del sector que asistieron primero a la presenta-

ción del Panel de Cata de Tomates por parte de la doctora Gemma Echeverría, especialista en análisis sensorial y estudios de consumidores de frutas y hortalizas del IRTA.

Echeverría explicó cómo se ha desarrollado el Panel de Cata de Tomates para poder definir los valores organolépticos de este fruto: primero se seleccionó a un panel de 10 catadores entre los consumidores; luego se definieron los parámetros de calidad en cuanto a umbrales de dulzor, acidez, sabor, textura, olor, etc.; y para terminar se pasó al entrenamiento de la cata, para que el panel pueda definir valores que sean homogéneos y extrapolables. Estos análisis sensoriales son muy úti-

les tanto para los mejoradores y evaluadores de nuevas variedades, como para los productores, distribuidores y restauradores a todos los niveles: definir nuevas variedades, mejorar las condiciones de presentación y transporte del producto, saber utilizar cada variedad a nivel gastronómico, etc.

En este sentido, el cocinero Josep María Castaño, conocido como "Xixo", que regenta el restaurante Malena, en Gimenezs (Leida), preparó tres platos a base de variedades de tomate de Semillas Fitó. Primero realizó una tosta con pan de arbequina y tomate Egara, que destaca por su sabor, aceite de oliva y sal gerri. El segundo plato fue un tradicio-



Fitó organizó una cata de tomate con expertos exportadores. /FHALMERIA

nal pan con tomate de colgar y aceite de oliva. Por último, el plato más sorprendente; una sopa de tomate de colgar con emulsión de parmesano.

Además de este acto, la feria resultó un éxito de público y visitantes al stand de Semillas Fitó, en el que pudieron conocer toda

la amplia oferta de la compañía para el sector y las novedades para esta campaña. Como los tomates Egara y Duratom, los pepinos Baezal y Mitre, el calabacín Atlantis, los pimientos Segura o Ramonete, el melón Rabal o Montargil, entre otros. Más información: www.semillasfito.com

ESPECIAL FRUIT ATTRACTION 2012



■ Víctor Ación, de Criado y López, S.L., empresa ejidense del sector de la industria auxiliar de la agricultura. /FHALMERIA



■ Grupo Agrotecnología presentó todos sus revolucionarios productos al sector de las frutas y hortalizas nacional. /FHALMERIA



■ fhalmería, fiel a la cita, con un acogedor stand, acompañó al sector almeriense a la gran feria de la comercialización. /FHALMERIA



■ Todas las empresas participantes quisieron donar sus productos al Banco de Alimentos, poniendo así un broche solidario al evento. /FHALMERIA



■ Punto y final. El público madrileño no quiso dejar las excelencias de la agricultura española para nadie. Como siempre, ¡jarrasaron con todo! /FHALMERIA

Industria auxiliar

ENTREVISTA

JOSÉ SAN JUAN ■ ■ ■ RESP. DEL ASESORAMIENTO TÉCNICO EN PARCELAS DE AGRÍCOLA DE VILLENA

Grupo Agrotecnología desarrolla con Agrícola de Villena y el IVIA el 'Proyecto Cero'

Este proyecto promueve una agricultura libre de residuos, permitiendo así dar respuesta a las demandas de la distribución

■ CIA

La cooperativa Agrícola de Villena, en su afán por encontrar una oferta de productos agrícolas a la altura de los grandes distribuidores, ha confiado en el Grupo Agrotecnología para conseguir estas hortalizas con altos grados de salubridad, que le den la calidad exigida.

La historia de la cooperativa Agrícola de Villena comienza en 1919. El objetivo prioritario de Agrícola Villena es estar enfocados continuamente hacia la mejora de sus procesos y productos, garantizando con ello un rigor extremo que desemboca en una absoluta seriedad en la relación con sus clientes; el principal es Mercadona. Agrícola Villena es hoy en día una realidad que cuenta con 68 agricultores y 7 técnicos que comercializan, en total, de 55 a 60 millones de kilos de las diferentes hortalizas (zanahoria, puerro, apio, chirivía, nabicol, col, berza, cardo, calabaza, cebollas, nabo y espárrago) en los campos en Villena, Valencia, Albacete, Murcia y Andalucía, así como Castilla León.

Como es una cooperativa innovadora, está en continuo desarrollo de proyectos con el IVIA (Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias), la Universidad de Valencia, el INIA (Instituto Nacional de Investigación y Tecnología Agraria y Alimentaria), etc.

José San Juan es ingeniero técnico agrícola y responsable del asesoramiento técnico de parcelas de cultivos en la cooperativa. En una entrevista, ha comentado la relación que les une con Grupo Agrotecnología.

Pregunta.- ¿Cuándo empezó la colaboración con Grupo Agrotecnología?



■ El ingeniero José San Juan en una finca de puerros sin residuos. /FHALMERIA

Respuesta.- En el afán de conseguir productos con la mayor calidad y seguridad alimentaria posible, los productores necesitan adecuar sus modelos agrícolas a las nuevas exigencias del mercado, a los nuevos requisitos legales y al respeto del medio ambiente y de la salud de los trabajadores agrícolas. Efectivamente, la desaparición de la mayor parte de las sustancias activas potencialmente utilizables en agricultura, las fuertes limitaciones en los usos autorizados de dichas materias activas en nuestros cultivos, así como los cambios que se han producido en los límites de residuos (LMR) en la Unión Europea han acelerado el proceso de conversión de los cultivos agrícolas. No es una agricultura ecológica, pero sí más natural que la tradicional, con lo que, acompañada de un buen manejo agronómico y conjugando todos los elementos que tenemos a nuestro alcance, desarrollamos una agricultura moderna, sostenible y exenta de residuos. En este marco se entronca la necesidad de buscar productos alternativos y sin residuos como los que ofrece Grupo Agrotecnología.

P.- ¿Qué tipo de proyecto ha lle-

vado a cabo con Grupo Agrotecnología?

R.- El proyecto surge a raíz del 'Proyecto Cero', de la Conselleria de Agricultura, junto con la colaboración del IVIA. Se trata de un interesante proyecto desarrollado durante los años 2010-2011, en el que, mediante un protocolo personalizado, se estableció un modelo de actuación para intentar conseguir la viabilidad de los cultivos, asegurando que estos no tengan ningún tipo de residuos. El departamento técnico de Grupo Agrotecnología eligió y planificó sus propios tratamientos con el objetivo de obtener un máximo poder fitofortificante de las defensas de la planta frente a plagas y enfermedades, nutrición y de rendimiento del cultivo a lo largo de todo su ciclo. Los cultivos objeto de estudio fueron dos (zanahoria y puerro), para su desarrollo se contó con una parcela de ambos cultivos.

P.- ¿El proyecto se ha realizado en colaboración con alguna universidad o algún instituto?

R.- Los ensayos se realizaban todos en la cooperativa en colaboración con el IVIA y Fundación Ruralcaja, que aportaba una ayuda para el proyecto.

P.- ¿Cuál fue el resultado?

R.- Los resultados de los ensayos de los paquetes realizados con Grupo Agrotecnología fueron muy positivos; de hecho, en el estudio se estudiaron varios parámetros como el peso, la longitud y el diámetro de los cultivos. Se puede concluir, en el caso de la zanahoria y el puerro, que la propuesta de productos de Grupo Agrotecnología mantuvo un cultivo viable y saludable, el análisis de residuos del cultivo antes de realizar la recolección confirmó que no tenía residuos. Asimismo, se confirmó que la obtención de zanahoria y puerro bajo la modalidad de 'Proyecto Cero' es factible, tal y como redacta el informe.

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

R.- Actualmente, hay una gran concienciación medioambiental y, por los residuos de los alimentos que consumimos, esta presión hace que se tengan que adoptar nuevas alternativas. Mercadona es muy exigente con el límite de residuos en los cultivos y tenemos que probar

productos alternativos y con una calidad contrastada, ya que su política y la nuestra es imponer un control muy exhaustivo de residuos con análisis en campo y en laboratorio, con el objetivo de la seguridad alimentaria.

P.- ¿Cómo es la aceptación de este tipo de productos por parte de los agricultores? ¿Cree que el uso de productos con residuo cero es una ventaja importante?

R.- A los agricultores, en algunos casos, les falta un poco de concienciación con este tipo de productos, están acostumbrados a productos tradicionalmente utilizados, que son muy rápidos en su efectividad. Aunque sí es cierto que, poco a poco, van cambiando esta mentalidad y con un adecuado asesoramiento técnico, que es imprescindible para este tipo de productos, van cambiando sus hábitos y acostumbrándose a este tipo de productos que son inocuos, sin residuos, no crean resistencias y, además, dejan el cultivo en unas condiciones de salud muy buenas, ya que todos los principios son naturales.

P.- ¿Cómo vaticina que será el futuro de la agricultura?

R.- La agricultura futura pasa por ser una agricultura integrada, en la que se combinen productos de diferente índole y cuyos residuos estén controlados. Es importante para dar seriedad a este sector de productos alternativos que se regulen los registros de los mismos; la situación registral de los mismos perjudica y puede afectar a la percepción de calidad del sector.

P.- Actualmente, ¿qué productos utilizan de Grupo Agrotecnología? ¿Con qué resultados?

R.- Ahora se están probando varios de los productos del catálogo, como pueden ser Limatec, para minimizar el efecto depresivo de los caracoles, y el Ospo-Vi55, indicado como inductor de las defensas para combatir los efectos depresivos causados por oídio en zanahoria, y, por su puesto, seguiremos desarrollando los productos.

I+D

JORNADA EN SUCA

Técnicos exponen las prácticas realizadas para tratar residuos de cosecha

■ E. S. G.

Un grupo de expertos y técnicos ha expuesto las experiencias prácticas e investigaciones que se llevan a cabo para el tratamiento de los residuos de las cosechas de los invernaderos a través de unas jornadas organizadas por IFAPA y Cajamar y en las que han colaborado SUCA y el Ayuntamiento de El Ejido. En este sentido, los expertos han explicado técnicas como el denominado vermicompostaje para el tratamiento de restos de tomate y calabacín, así como el compostaje y la microbiología del compost o la utilización de inoculantes en los procesos de compostaje o el empleo de los restos de las matas

para la alimentación del ganado. Estas jornadas fueron clausuradas por el delegado de Agricultura, José Manuel Ortiz, quien aseguró que “es importante afrontar el problema que hoy por hoy suponen los residuos de las cosechas” y se mostró convencido de que “más pronto que tarde sabremos encontrar una solución con la que, además, podamos sacar provecho de dicho problema”.

Igualmente, el delegado valoró el esfuerzo importante que vienen haciendo los agricultores, “que cada vez son más respetuosos con la Ley de Sanidad Vegetal y mantienen limpios los alrededores de sus explotaciones”, así como también valoró la labor de los ayuntamientos.

FUNDACIÓN CAJAMAR

La Semana de la Ciencia, una actividad para acercar la agricultura a los jóvenes

■ CIA

La Fundación Cajamar ha celebrado la XII Semana de la Ciencia y la Tecnología con el fin de acercar a jóvenes y no tan jóvenes el modelo de agricultura intensiva y su relación con el medio ambiente. En esta ocasión, el programa previsto por Cajamar ha contado con una serie de visitas guiadas a la Estación Experimental de Las Palmerillas, así como una jornada de divulgación y la proyección de un documental.

Con respecto a las visitas guiadas, estas se han llevado a cabo entre los días 6, 7, 8, 13, 14 y 15 de noviembre, bajo el título ‘Tecnología y Medio Ambiente en la Agricultura Mediterránea’. En ellas, los participantes, tanto niños como adultos, han podido aprender a ha-

cer compost en casa, a diferenciar entre los distintos tipos de invernaderos y a averiguar cómo se utilizan los insectos beneficiosos para combatir las plagas que aparecen en las plantas. Asimismo, han tenido la oportunidad de conocer un poco más sobre las microalgas y sus diferentes usos.

DIVULGACIÓN

Por otro lado, la Fundación Cajamar ha celebrado una jornada de divulgación bajo el título ‘¿Qué es el control biológico?’, con la que se pretendía acercar al público en general un sistema productivo sostenible, respetuoso con el medio ambiente y que ha incidido de forma positiva en la calidad de los productos. De hecho, esta misma jornada se volvió a celebrar en Murcia, en el Museo Arqueológico de la ciudad.

IFAPA LA MOJONERA



■ El director del IFAPA La Mojonera y el delegado de Agricultura junto con estudiantes e investigadores. /FHALMERIA

Estudiantes de secundaria participan en el ‘Café con Ciencia’ para conocer varios experimentos en horticultura

Alumnos de tres institutos de Huércal de Almería, Vícar y El Ejido aprendieron sobre lucha biológica con investigadores del IFAPA

■ Elena Sánchez

Alumnos de tres institutos de Secundaria de Huércal de Almería, El Ejido y Vícar han participado en el ‘Café con Ciencia’, una actividad enmarcada en la Semana de la Ciencia, en la que los investigadores del IFAPA La Mojonera les han explicado qué es la lucha biológica en la agricultura o la comercialización de frutas y hortalizas. Igualmente, han tratado el tema de la mejora genética, el control climático en los invernaderos, las patologías de las plantas y la fertilización.

Junto con los alumnos, el delegado de Agricultura, José Manuel Ortiz, también ha formado parte de esta actividad y ha resaltado que “los jóvenes han tenido la oportunidad de charlar con los científicos, de manera que han podido descubrir sus motivaciones para investigar, las dificultades que han encontrado, sus logros, etc. así como también se han acercado al mundo de la ciencia, han podido poner cara a los investigadores y conocer la importancia que tiene el conocimiento y la investigación”.

Por otro lado, el delegado de Agricultura también admitió que



■ El delegado, José Manuel Ortiz (dcha.), con los jóvenes estudiantes. /FHALMERIA

“como para tantas cosas, no corren buenos tiempos para la ciencia, pero, desde luego, vendrán tiempos mejores y por eso os animo a que al menos os asoméis a este fascinante mundo de la investigación. Seguro que será fructífero para vuestra formación docente y personal y, por lo menos, para ver que los investigadores no son bichos raros”.

El ‘Café con Ciencia’ es una actividad organizada por la Fundación Descubre, Fundación Andaluza para la Divulgación de la Innovación y el Conocimiento, promovida por la Consejería de Economía, Innovación, Cien-

cia y Empleo, de la que IFAPA es patrono junto con 21 entidades más.

Además, cabe destacar que el pasado 27 de noviembre, también se llevó a cabo un ‘Café con Ciencia Virtual’ desde el centro Guadalinfo de Abila, con la participación del investigador del IFAPA, Pedro Gómez, experto en mejora genética y biotecnología. De esta manera se facilitó el acceso a estos conocimientos a las personas que no pueden hacerlo de forma presencial. Este café virtual se retransmitió en directo por Internet y a través de las redes sociales.

PARA REFORMAR SUS LÍNEAS ESTRATÉGICAS EN INVESTIGACIÓN

IFAPA incorpora un grupo de jóvenes investigadores que trabajará en varios proyectos agroalimentarios

Se trata de nueve doctores en prácticas que desarrollarán su actividad investigadora durante cinco años en siete centros IFAPA

■ Elena Sánchez

La Consejería de Agricultura y Pesca, a través del IFAPA, ha incorporado a un equipo de jóvenes investigadores que trabajará en diversos proyectos en materia agroalimentaria y pesquera, con el fin de reforzar las líneas estratégicas de I+D+i definidas por el Instituto de Investigación. De hecho, según informa la Consejería de Agricultura, este grupo está formado por nueve doctores en prácticas que desarrollarán su actividad investigadora durante cinco años



■ Laboratorio de IFAPA. /FHALMERIA

en siete centros IFAPA de las provincias de Almería, Huelva, Málaga, Sevilla y Granada.

Entre los proyectos de investigación a los que se incorporan se encuentran los dedicados a la acuicultura para la investigación

de enfermedades en peces planos; el análisis del consumo y marketing en aceite de oliva; los basados en estudios genéticos de cultivos como la vid y el aguacate y otro estudio para el manejo agronómico de la dehesa. Igualmente, otros trabajos prioritarios con estos jóvenes son los dedicados a la aplicación de nuevas tecnologías para una gestión sostenible de los recursos hídricos; el análisis sensorial y las cualidades organolépticas de los alimentos, así como dos proyectos dedicados a la reducción del impacto ambiental y la sostenibilidad en horticultura.

Esta acción forma parte de la estrategia formativa del IFAPA, que consiste en la incorporación y formación de personal investigador mediante distintos programas.

ESTUDIO DEL INIA

El consumo de dos tipos de judías españolas ayuda a controlar la diabetes

■ E. S. G.

Un grupo de científicos del Departamento de Tecnología de Alimentos del INIA ha investigado el uso de las leguminosas y el desarrollo de nuevos alimentos para la prevención de enfermedades como la diabetes, obesidad o enfermedades cardiovasculares. En este sentido, los resultados del estudio ofrecidos por el INIA recomiendan el consumo de dos variedades de judías autóctonas españolas, Almonga y Curruquilla, en pacientes con diabetes tipo 2 y pacientes obesos como parte de una dieta saludable. La razón es que su ingesta optimiza el control de esta diabetes y se logran pérdidas de peso significativas.

El hecho de que se haya asociado el consumo de leguminosas con un menor riesgo de

desarrollar enfermedades es debido a que estos alimentos presentan una serie de componentes como fibra dietética, almidón resistente o los llamados compuestos bioactivos. De hecho, por su composición, las leguminosas producen mayor sensación de saciedad y aportan menor energía, por lo que son de gran interés en la reducción de la obesidad y el sobrepeso.

Por otro lado, desde el INIA han dado a conocer que en este trabajo se ha evaluado la influencia genotípica y ambiental en los componentes bioactivos de 18 variedades de judías mejoradas genéticamente por el Instituto Tecnológico Agrario de Castilla y León, con el que colabora el grupo de investigación de Bioquímica y Seguridad de Alimentos Vegetales del INIA.

SERVICIO, CONTINUIDAD, RELACIÓN CALIDAD-PRECIO

- pimiento**
- pepino**
- calabacín**
- melón**
- sandía**
- berenjena**
- tomate**

ANECOOP

Ctra. de Almerimar a Quash, s/n. Tel 950 497 600 - Fax 950 497 300 - 950 497 171. 4700 EL EJIDO (Almería). E-mail: ejidoluz@ejidoluz.com

Universidad

CURSOS

La certificación de calidad, punto de formación continua para la UAL

Ingeniería Rural tiene preparados dos cursos, uno dedicado a los centros de manipulación y otro a explotaciones agrícolas

■ Elena Sánchez

La Universidad de Almería, a través de su Departamento de Ingeniería Rural, está preparando dos nuevos cursos agrícolas relacionados con la certificación de calidad. En este sentido, el primero de ellos, que tendrá lugar del 5 al 21 de diciembre, se va a centrar en las certificaciones de calidad en centros de manipulación de frutas y hortalizas. Con un total de 30 horas de duración, esta acción formativa está dirigida a los alumnos y titulados en estudios de agronomía y será dirigida por el profesor Ángel Callejón Ferre.

Entre los temas a tratar durante el desarrollo del curso, cabe destacar la descripción de la implantación de los sistemas de calidad; la descripción del organismo de certificación, auditor y del proceso de certificación; la trazabilidad, sus definiciones, aspectos legales y características; la normativa y reglamentación



■ Mujeres trabajando en la manipulación de hortalizas en una empresa del sector almeriense. /FHALMERIA

de calidad aplicable a nivel de industria alimentaria; casos prácticos de auditorías bajo el protocolo IFS; o los casos prácticos en auditoría bajo el protocolo BRC, entre otros.

Este curso se llevará a cabo en la Sala de Grados del Aulario IV de la Universidad de Almería y

contará con el apoyo del aula virtual.

EN MARZO

Por otro lado, del 5 al 29 de marzo de 2013 se llevará a cabo el otro curso titulado 'Certificaciones de Calidad en Explotaciones Agrícolas Intensivas de

Almería', también puesto en marcha por el Departamento de Ingeniería Rural y con una duración de 30 horas. En esta ocasión, los temas a tratar durante el curso están relacionados con la normativa y reglamentación de calidad aplicable a nivel de explotación agraria, requisitos

El sector agrícola protagoniza un alto número de cursos universitarios

La formación paralela dentro de la Universidad de Almería es uno de los aspectos más importantes que marcan el buen hacer y la evolución continua por parte de esta institución académica. En este sentido, a lo largo del curso académico hay un alto número de cursos, máster o jornadas propias que se desarrollan en beneficio tanto del alumnado como del que ya es titulado en una materia. Cabe recordar que la UAL, en este nuevo curso 2012-2013, ha incorporado nuevos doctorados relacionados con el sector agrícola, gracias a la importancia que la agricultura tiene desde hace mucho tiempo en la provincia almeriense.

exigidos por el protocolo Globalgap y Tesco Nurture. Igualmente, se darán a conocer casos prácticos de auditorías bajo el protocolo Globalgap y Producción Integrada. Este curso estará coordinado por el profesor de la UAL Juan Antonio Vargas Moreno.

EN BREVE

Una delegación del Bureau de Agricultura de Pekín visita la Universidad por un día

■ CIA

Una delegación del Bureau de Agricultura de Pekín ha visitado la Universidad de Almería para potenciar la colaboración actual que existe entre ambas instituciones, así como la búsqueda de nuevas líneas de colaboración como la impartición de cursos a medida para funcionarios del Bureau. Así, el pasado 5 de noviembre, la delegación china mantuvo un encuentro con el rector de la UAL, Pedro Molina, y también visitó varias fincas agrícolas.

Agrobío ofrece una charla sobre 'I+D: perspectiva desde la empresa privada'

■ CIA

La empresa de industria auxiliar Agrobío ha ofrecido una charla en la Universidad de Almería sobre 'I+D: perspectiva desde la empresa privada', con el fin de tratar el papel de la investigación en la transformación del sector agrícola en Almería, así como también se habló de las líneas de investigación de Agrobío.

La Escuela Superior de Ingeniería ha participado de forma muy activa en la IV Fruit Attraction

■ CIA

La Escuela Superior de Ingeniería de la UAL (ESI), como destacado Centro Universitario español de Ingeniería Agrícola, ha estado presente en la Feria Profesional del Sector de Frutas y Hortalizas, Fruit Attraction, celebrada en el IFEMA de Madrid. El director de la ESI ha sido su representante, estando presente en la Feria, visitando los diferentes stands y participando de forma muy activa con las empresas del sector hortofrutícola y los agentes sociales e institucionales.

El Campus de Excelencia Agroalimentaria, Ceia3, convoca 30 becas NAURA para titulados

■ CIA

El Campus de Excelencia Internacional Ceia3 ha convocado 30 becas NAURA para titulados. En este sentido, durante este curso, un grupo de empresas de agroalimentación europeas acogerá a becarios del Ceia3 en el marco del proyecto Leonardo da Vinci NAURA II. La segunda convocatoria NAURA ofrece estancias de 14 semanas de duración en Alemania, Austria, Bélgica, Francia, Irlanda, Italia, Países Bajos, Portugal y Reino Unido.

Legislación

RELACIONES COMERCIALES MÁS EFICIENTES

Gobierno sancionará con hasta un millón de euros los 'desequilibrios' de la cadena

El Anteproyecto de Ley de la Cadena Alimentaria hace obligatorios los contratos por escrito y prohíbe ciertas prácticas comerciales

■ Isabel Fernández

El Anteproyecto de Ley de la Cadena Alimentaria, aprobado en Consejo de Ministros en el mes de octubre, recoge sanciones de hasta un millón de euros para quienes no cumplan con la norma en pro de la defensa de los derechos de todos los eslabones de la cadena alimentaria. Esta norma, que aún debe ser aprobada de forma definitiva por el Congreso de los Diputados, nace, según recoge textualmente, con la intención de "aumentar, en beneficio de la sociedad y de los consumidores, la eficacia y la competitividad del sector agroalimentario", así como "mejorar el funcionamiento y la vertebración de la cadena alimentaria, garantizando a la vez una distribución sostenible del valor añadido a lo largo de los sectores que la integran".

El ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Miguel Arias Cañete, afirmó durante el anuncio de la aprobación



■ La vicepresidenta del Gobierno, Soraya Sáez de Santamaría, junto al ministro Miguel Arias Cañete. /FHALMERIA

del anteproyecto que se hacía necesario "conseguir que los productores agrarios y las pequeñas industrias participen de manera eficiente en la cadena de valor", evitando, de este modo, los "fuertes desequilibrios en las relaciones comerciales entre los distintos operadores". Y es que, según recordó, mientras el sector de la distribución cuenta con un alto grado de concentración -los cinco primeros operadores tienen

el 40'3 % de la cuota de mercado en el valor total de la alimentación- "tenemos un sector industrial de dimensión pequeña y tenemos 989.000 productores, integrados en cooperativas de escasa dimensión".

Para reducir todas estas diferencias, el anteproyecto de ley establece la obligación de formalizar por escrito los contratos alimenticios, así como también prohíbe determinadas prácticas

comerciales, como modificaciones unilaterales de los contratos y los pagos comerciales no previstos. Asimismo, regula el suministro de información comercial sensible, la gestión de marcas y las subastas electrónicas. El no cumplir con alguna de estas normas podrá suponer una multa mínima de 3.000 euros, que podría llegar hasta el millón de euros en el caso de incumplimientos reiterados durante los

COAG cree que la ley no reforzará al productor frente a la distribución

COAG lamentó que el Anteproyecto de Ley de la Cadena Alimentaria, en sus términos actuales, "no reforzará el poder de negociación de los agricultores frente a los abusos de posición dominante del resto de eslabones", según afirmó su secretario general, Miguel Blanco. Para ellos, elementos como, por ejemplo, el contrato obligatorio pueden ser más perjudiciales que beneficiosos. De hecho, según afirmaron, esto es algo que ya está sucediendo en el sector lácteo, en el que los ganaderos se ven obligados a firmar contratos con precios por debajo de costes.

dos años posteriores a la primera sanción en firme.

Por último, el Anteproyecto de Ley de la Cadena Alimentaria recoge la creación de un Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la contratación alimentaria, que recogerá, entre otras cuestiones, los principios sobre los que habrán de fundamentarse las relaciones comerciales. La adhesión a este código será voluntaria.

EN ESPAÑA HAY MÁS DE 4.000 COOPERATIVAS

El Ministerio de Agricultura fomenta la creación de "cooperativas potentes" supraautonómicas

■ I. F. G.

El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA) también presentó recientemente el Anteproyecto de Ley de Fomento de la Integración de Cooperativas y otras entidades asociativas de carácter agroalimentario. Una norma que, según explicó el ministro, Miguel Arias Cañete, viene a regular la situación de un sector "muy importante", con

más de 4.000 cooperativas, pero que está muy atomizado, lo que le confiere muy poca capacidad negociadora.

Precisamente para reforzar las cooperativas nacionales, se hace necesaria, según Arias Cañete, una "reforma estructural muy potente", que permita reducir el número de cooperativas y aumentar su tamaño. En este sentido, indicó que el actual anteproyecto de ley establece un Plan Nacional de Integración Coopera-

tiva, que coordinará las políticas de fomento asociativo entre la Administración General del Estado y las Comunidades Autónomas, junto con el sector. Asimismo, se procederá a la creación de la Entidad Asociativa Prioritaria, con un ámbito de actuación supraautonómico, con capacidad de comercialización conjunta de toda la producción.

Según Arias Cañete, "con la legislación vigente era muy difícil que se fusionase una coope-



■ Cooperativa ejidense. /FHALMERIA

rativa de una comunidad autónoma con la de al lado" y, lo que era más difícil aún, "que hubiera una cooperativa única de carácter nacional que integrara la producción de todo un sector". Con la nueva norma, aún pendiente de su aprobación definitiva, "lo que hemos hecho es eliminar todas las trabas y establecer todos los incentivos necesarios para hacer posible que podamos tener cooperativas potentes que alcancen los niveles de facturación de las cooperativas europeas".

En la actualidad, ninguna cooperativa española está entre las 25 más grandes de la Unión Europea (UE) y, entre todas, apenas facturan 17.405 millones.

Marketing

AL SERVICIO DEL SECTOR

Marks & Spencer se interesa por la investigación alimentaria de Almería

Representantes de la cadena de supermercados británica degustaron productos de la tierra de la mano del Centro Tecnológico TECNOVA

■ Isabel Fernández

Representantes de la cadena de supermercados británica Marks & Spencer visitaron recientemente las instalaciones del Centro Tecnológico de la Industria Auxiliar de la Agricultura-TECNOVA, donde se interesaron por las investigaciones llevadas a cabo por el CT almeriense en materia agroalimentaria. Según indicaron desde TECNOVA, en un comunicado, los visitantes “mostraron gran interés por conocer las investigaciones que surgen de los laboratorios de análisis sensorial, innovación gastronómica y los de microbiología”. Asimismo, también quisieron conocer un poco más sobre los avances realizados en IV gama; para ello, miembros del CT TECNOVA les explicaron con detalle todo el proceso de manipulado y procesado que conlleva la puesta en marcha de ins-



■ Los responsables de Marks & Spencer degustan los productos de Almería, tanto en fresco como elaborados. /FHALMERIA

talaciones para este tipo de producciones, así como el funcionamiento de las distintas tecnologías con las que el Centro cuenta en su propia planta de procesado.

Por si todo esto fuese poco, los representantes de la mayor cadena británica de supermercados, que llegaron a la provincia de la mano de Himarcán, empresa perteneciente a TECNOVA, también pudieron conocer los invernade-

ros experimentales que el CT está construyendo con el fin de facilitar a las empresas la puesta en marcha de diferentes ensayos.

DEGUSTACIONES

Por otro lado, y como muestra del buen hacer de los productores y comercializadores de la provincia, los visitantes pudieron degustar algunos de los productos de la tierra. Una degustación que fue posible gracias a la co-

laboración de empresas como Enza Zaden, Primaflor, La Gergaleña o Natural Crunch. De este modo, los participantes pudieron degustar no sólo productos en fresco, sino también elaborados, como las conservas de La Gergaleña, o productos hortofrutícolas deshidratados a modo de snacks, de Natural Crunch. Todo ello, muestra de la investigación desarrollada en la provincia.

FORMACIÓN

El etiquetado, fundamental para garantizar la transparencia

■ I. F. G.

El etiquetado es “una herramienta fundamental que informa al consumidor y garantiza la transparencia en las operaciones comerciales”. Así lo afirmó José Miguel Herrero, subdirector general de Estructura de la Cadena Alimentaria, en la inauguración de la jornada ‘Tendencias de moda en alimentación: desmontando falsos mitos y creencias’, organizada por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, con la colaboración de la Fundación Española de Nutrición (FEN).

Para Herrero, “la normativa general de etiquetado y, en concreto, la nueva normativa comunitaria sobre alegaciones nutricionales y saludables permiten informar y garantizar un elevado nivel de protección de los consumidores”. Por otro lado, se refirió a la Dieta Mediterránea, de la que dijo que tiene un “carácter estratégico desde el punto de vista económico, cultural, social, territorial y medioambiental”. De ahí su defensa por parte del propio Ministerio.

SEGÚN LA CONSULTORÍA THE BRATTLE GROUP

Marcas se abaratarían hasta un 20% con iguales márgenes que las blancas

■ CIA

Las marcas podrían abaratar-se hasta un 20 % si las cadenas de distribución les aplicarían los mismos márgenes que a sus marcas blancas. Así se desprende del estudio realizado por la consultora The Brattle Group, presentado recientemente por el presidente de Promarca, Ignacio Larracochea. Según este estudio, en algunos productos, el margen impuesto a la marca de

fabricante es entre 2 y 18 veces superior al aplicado a la del distribuidor. Por ello, si se eliminara esta práctica, que el propio estudio considera “discriminatoria”, los precios de las primeras marcas podrían bajar entre un 4 % y un 41 %, en función del producto, o lo que es lo mismo, un 20 %, de media. De este modo, disminuiría el diferencial de precios entre las marcas de fabricante y de distribuidor en casi un 48 %.

La aplicación de márgenes más elevados a la marca de fabricante trae consigo, según este estudio, un aumento de los precios de las marcas blancas, así como la desaparición de marcas de fabricantes secundarios. En esta línea, el estudio constata, asimismo, cómo el poder de la distribución ha crecido en la última década y llama la atención, además, sobre la penetración de la marca de distribuidor, que continúa por una senda ascendente.



■ Lineal de un supermercado. /FHALMERIA

Agenda en la red

Coordina: ELENA SÁNCHEZ

www.entre-cepas.com

NOVEDAD. Un espacio virtual para conocer con diversión los buenos vinos

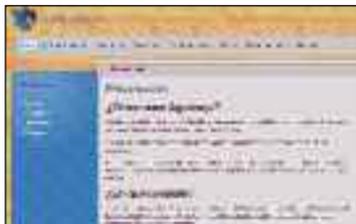
El proyecto Entre Cepas presenta su nuevo espacio virtual donde el usuario puede, al mismo tiempo, navegar y disfrutar por el mundo del vino y la gastronomía: www.entre-cepas.com. Una Web accesible y llena de propuestas para divertirse, co-

nocer y deleitar el paladar degustando los caldos de los dios Baco. En este escape, el viajero descubrirá un menú de fácil acceso donde encontrar: cursos y talleres de cata, bodegas con encanto, rutas y escapadas, eventos para empresas, etc.



www.agrolonja.es

Una nueva plataforma de comercio que está disponible para ofertar servicios o productos



Agrolonja.es es una iniciativa con la que se pretende incentivar los diferentes proyectos empresariales que existen y que pudieran surgir en comarcas como la del Almanzora y Los Vélez y que, además, está abierta a la participación de todas las comarcas.

www.cienciadirecta.com

La Web para continuar con el proyecto de divulgación de la ciencia y del conocimiento



La Fundación Descubre está promovida por la Consejería de Innovación, Economía y Ciencia para dar cobertura a la constitución de redes entre las instituciones científicas, educativas, culturales y sociales para una mejor difusión de la ciencia y del conocimiento.

www.femur.es

El espacio agrario que defiende los derechos y deberes de la mujer rural trabajadora

La Web de la Mujer Rural está creada con el fin de ser un punto de encuentro entre todas las agricultoras del ámbito nacional para mostrar información y novedades.

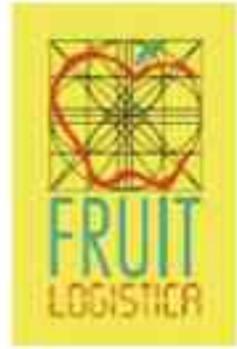


Fruit Logística

V Edición Vuelo especial Fruit Logística 2.013

Del 6 al 8 de Febrero 2013

Almería - Berlín (Tegel) Salida 08.00 Horas
Berlín (Tegel) - Almería Salida 17.00 Horas



Hotel NH Berlín Nhow 4*		Hotel Westin Grand Berlin 4* Sup	
Habitación individual 895€	Habitación doble 765€	Habitación individual 1.075€	Habitación doble 860€
Sólo Vuelo 455€			

Novedad: Este año gestionamos abono de entrada a la feria para todos los días. Interesados consultar. Precio: opcional
Opcional: seguro de cancelación Excellent
Pre-reserva 150,00 €
Asignación de asientos por orden de reserva

PRECIOS POR PERSONA INCLUYEN: Vuelo directo Almería-Berlín-Almería, dos noches de hotel en alojamiento y desayuno (salvo sólo vuelo), traslados de entrada y salida, seguro de viaje consulte otros vuelos y hoteles disponibles. Consulte condiciones. Pizas limitadas

Más información y reservas:
División de Empresas de Almería
C/. Jardín de Medina, 1
Persona de contacto: Sergio Sánchez
Telf.: 950 620 780 - Fax: 950 259 278
agricultura@viajeseci.es



Medio ambiente

ÚLTIMOS DATOS

La provincia mantiene la misma cantidad de agua embalsada que hace un año

Las lluvias de septiembre y octubre no han servido para incrementar las reservas, que siguen siendo de 57 Hm³

■ Isabel Fernández

Las últimas lluvias caídas en la provincia, algunas de manera torrencial, no han servido, ni mucho menos, para aumentar la cantidad de agua embalsada en los pantanos provinciales que, de hecho, y según los datos de la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, relativos al pasado 23 de noviembre, se mantiene en las mismas cifras de hace un año. De este modo, y según los datos hechos públicos por la Administración andaluza, hasta ese día, la cantidad de agua embalsada en la provincia ascendía a 56'88 hectómetros cúbicos, apenas el 25'88 % de la capacidad total de almacenamiento de agua de la provincia, que asciende a casi 223 hectó-



■ Embalse de Benínar. /FHALMERIA

metros. Esta cifra, asimismo, supone apenas dos puntos porcentuales más que en 2011, cuando, en esa misma fecha, los pantanos provinciales se encontraban al 23'63 % de su capacidad.

Por embalses, el de Benínar se encontraba en la penúltima semana de noviembre al 21'87 % de su capacidad y almacenaba casi 13'5 hectómetros cúbicos, prácticamente la misma canti-

dad que hace un año. Caso bien distinto es el del embalse de Cuevas del Almanzora, que, a 30 de octubre, se encontraba al 29'6 % de su capacidad, cifra que casi quintuplicaba la de hace un año, cuando este embalse apenas se encontraba al 6'3 %. De este modo, y a finales del mes de octubre, según recogen los datos de la Administración andaluza, el embalse de Cuevas del Al-

manzora contaba con 43'39 hectómetros cúbicos de agua acumulada.

AÑO HIDROLÓGICO

El nuevo año hidrológico, prácticamente, acaba de comenzar. Desde el pasado 1 de octubre y hasta la fecha, las precipitaciones caídas en la provincia apenas han servido para incrementar de forma considerable las reservas hídricas de Almería, que se mantienen en los niveles de hace un año. De este modo, en el caso del embalse del Benínar, desde que arrancara el nuevo año hidrológico, se han acumulado 165'7 mm de precipitaciones, cifra que dista, y mucho, de las precipitaciones acumuladas en el embalse de Cuevas del Almanzora y que se cifran en 65'70 mm. En cualquier caso, el nuevo año hidrológico no ha hecho más que empezar. Habrá que esperar para ver cómo se desarrolla y si, finalmente, el 2012/2013 será un año más lluvioso que el anterior.

BIODIVERSIDAD

Apicultores reciben más de 250.000 euros para luchar contra la varroasis

■ I. F. G.

Un total de 182 apicultores de la provincia han recibido más de 250.000 euros en ayudas destinadas a la lucha contra la varroasis y a la racionalización de la trashumancia. Estas ayudas, enmarcadas en el Programa Apícola Nacional y cofinanciadas por el Fondo Europeo Agrícola (FEAGA), el Gobierno, y la Junta de Andalucía, tienen como objetivo fundamental la mejora de las condiciones de producción y comercialización de los productos de la apicultura.

Según detallaron desde la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, a través de un comunicado, la mayor parte de estas ayudas se destina a la alimentación de los enjambres y a la renovación de la cera (142.000 euros), mientras que otros 76.200 euros van dirigidos a inversiones en equipamiento de manipulación y transporte y casi 22.000 más a la suscripción de pólizas de seguros. Por zonas, El Ejido ha recibido más de 34.000 euros; Berja, más de 21.000; Almería, unos 19.000; y, finalmente, Tíjola, 13.000 euros.

EN LA PROVINCIA

Almería es líder en Andalucía en el sector de la apicultura. Un sector que, según el delegado territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, José Manuel Ortiz, "desempeña una labor fundamental en la agricultura protegida, contribuyendo, al mismo tiempo, al mantenimiento de la biodiversidad en el campo". La provincia cuenta con 950 explotaciones apícolas, casi 100 más que hace un año, y más de 166.000 colmenas autorizadas. La mayor parte de estas explotaciones -573- y de las colmenas -113.332- se destinan tanto a la producción de miel como a la polinización.

MÁS INFORMACIÓN PARA AGRICULTORES Y GANADEROS

Almería concentra la mitad de las balsas agrícolas de toda la Comunidad andaluza

■ I. F. G.

Almería concentra la mitad de las balsas agrícolas de toda Andalucía. Así lo afirmó el delegado territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, José Manuel Ortiz, durante la presentación de un 'Manual práctico de balsas agrícolas', editado por la Junta de Andalucía con la intención de "ofrecer a los agricultores y ganaderos información práctica para mejorar el funcionamiento de sus balsas de riego, la calidad de sus aguas y potenciar sus valores ecológicos". Para ello, este libro in-

cluye una serie de consejos de buenas prácticas para disminuir los posibles impactos negativos. Para Ortiz, con la publicación de este manual, de lo que se trata es de "trasladar al sector agrícola y ganadero los conocimientos aplicados que nos ofrece la ecología para mejorar el diseño y gestión de las balsas y avanzar en un uso integrado más sostenible, económico y armonioso con el medio ambiente".

Pero, más allá de la función que cumplen estas infraestructuras en la agricultura provincial, el delegado territorial del ramo quiso po-



■ En el centro, el delegado de Agricultura, durante la presentación. /FHALMERIA

ner de manifiesto, además, que, "en un territorio como el almeriense, donde los ecosistemas como los lagos y lagunas son muy escasos, las balsas ejercen un importante papel en la conservación de la biodiversidad, ya que permiten la proliferación de humedales ar-

tificiales que, en muchas ocasiones, son colonizados por especies acuáticas de interés, pero que, a veces, también son zonas donde se refugian especies exóticas invasoras que provocan un impacto negativo sobre las comunidades originales y la calidad del agua".

Agenda

EVENTOS

FORO. Zaragoza acoge TECNOVID 2014, el evento de los profesionales de la viticultura

■ CIA

Del 12 al 15 de febrero de 2013 se celebra en Feria Zaragoza una nueva edición de TECNOVID. Se trata de un evento ferial que se desarrolla cada dos años y que está ideado para dar respuesta a las necesidades tecnológicas y de equipamiento de los profesionales de la viticultura. En este sentido, tractores, máquinas destinadas al transporte y manipulación de la uva o productos agroquímicos, entre otros muchos artículos, se exhiben en TECNOVID.

AVANCES. Del 23 al 25 de enero se celebra el 12º Symposium de Sanidad Vegetal en Sevilla

■ CIA

El 12º Symposium de Sanidad Vegetal que tendrá lugar en Sevilla desde el 23 al 25 de enero tratará de presentar detalladamente los últimos avances de la aplicación de la Directiva sobre Uso Sostenible en España. Poco antes de la celebración del Symposium, en noviembre de 2012, los Estados Miembros tendrán que comunicar a la Comisión Europea y a los demás países sus respectivos Planes Nacionales de Acción.



FORMACIÓN. Curso on line en especialización en auditoría de producción hortofrutícola

■ CIA

Acerta convoca la primera edición del Curso de Especialización en Auditoría de Producción Hortofrutícola en modalidad on-line. El objetivo de este curso es conocer las características y revisar los criterios de auditoría de los principales protocolos de producción hortofrutícola, así como también poder aprender las principales técnicas de auditoría (LEAF, Nurtura, Globalgap, Albert Heijn y Producción Integrada).

FORO

Regresa a Madrid el Congreso de Medio Ambiente, CONAMA

■ CIA

Responder al desafío económico desde la sostenibilidad y consolidar alianzas del sector ambiental español e iberoamericano. Estos son los dos objetivos prioritarios del undécimo Congreso Nacional del Medio Ambiente, el CONAMA 2012, que también se ocupará de otras cuestiones esenciales como la energía, la biodiversidad, los residuos, la movilidad, el agua o las tecnologías 'verdes'.

Desde el 26 al 30 de noviembre vuelve a Madrid esta importante cita bienal con el desarrollo sostenible, que en su edición anterior de 2010 reunió a más de 10.000 participantes. Asimismo, desde la organización se ha dado a conocer que el programa del congreso se irá concretando según se vayan incorporando los colaboradores del mismo (profesionales, miembros de la Administración, expertos, empresas, académicos, grupos sociales, ecologistas...) y se vayan diseñando, entre todos, los distintos tipos de sesiones y actividades que se realizarán en el mes de noviembre.

FERIA ZARAGOZA

FRUYVER, el salón internacional de técnicas agrícolas indispensable para el sector de las frutas y hortalizas

El evento se desarrolla del 12 al 15 de febrero de 2013 en Feria Zaragoza como un perfecto escaparate de productos y tecnología

■ CIA

Del 12 al 15 de febrero de 2013 FRUYVER se presenta en Zaragoza como un perfecto escaparate de productos, tecnología y servicios, lugar idóneo para establecer relaciones comerciales con empresas de todo el mundo, emprender negocios y descubrir las últimas novedades. Y es que, España es el primer exportador mundial y el segundo país europeo con mayor producción de frutas y hortalizas, por lo que FRUYVER atraerá a todos los agentes del sector hortofrutícola, desde productores a comercializadores, pasando por la industria transformadora.

Igualmente, desde la organización han dado a conocer que esta feria se celebra junto con ENOMAQ, TECNOVID, OLEOMAQ y OLEOTEC, salones



■ Producción de frutas y hortalizas. /FHALMERIA

que tendrán en Feria de Zaragoza su centro neurálgico y el punto de encuentro internacional. La celebración conjunta de estas ferias responde a la demanda que desde hace años venían solicitando los agentes vinculados a estos sectores, que presentan importantes sinergias entre sí, de-

bido a la similitud de equipos y procesos de elaboración. La garantía de éxito de estos salones convierte a Feria de Zaragoza en una cita de referencia para responder a las necesidades de todos los agentes del mercado de todo el mundo: productores, proveedores y distribuidores.

FERIA

FIGAN presentará las últimas novedades del sector ganadero

■ CIA

La feria ganadera FIGAN presentará las últimas innovaciones tecnológicas mundiales en su próxima edición del 19 al 22 de marzo de 2013, en Zaragoza. El profesional ganadero va a encontrar en el marco de un certamen de alto nivel todas las soluciones técnicas y comerciales para el mejor desarrollo de su actividad pecuaria. El éxito creciente demostrado a lo largo de las ediciones anteriores, sumado a la importante promoción informativa y la situación logística de Zaragoza, aseguran un punto de encuentro ineludible en la agenda de los profesionales ganaderos.

De hecho, desde la organización del evento aseguran que la garantía de éxito de FIGAN convierte a Feria de Zaragoza en el punto de partida estratégico para el sector ganadero. Igualmente, gracias a las conferencias, seminarios y jornadas técnicas o presentaciones de I+D+I, FIGAN es más que un salón, ya que constituye un foro de intercambio y ayuda a los profesionales del sector pecuario.

www.fh**al**meria.com

¿Los precios de las pizarras?

Muy fácil



Entra en nuestra web y **Pincha en**

O escanea con tu móvil este código QR



No te costará nada