



ACTUALIDAD

¡Por fin los agricultores disfrutan de una Navidad feliz gracias a los precios de las hortalizas!

Aunque en los dos últimos días el valor de las ventas ha descendido por la falta de transporte y los días de fiesta, en los dos últimos meses, los productores han vivido con expectación las buenas cotizaciones de casi la totalidad de las hortalizas de la huerta almeriense. Páginas 4 y 5



Tras varios años de sufrir la falta de rentabilidad, los agricultores almerienses se han encontrado con dos meses de buenas cotizaciones. /FHALMERIA

ESPECIAL Así fue 2012...

Páginas 21 a 28

ESPECIAL Productos de primavera

P. 13 a 20

¿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



ENTREVISTA

Carlos Palomar
DIRECTOR GENERAL DE AEPLA



“La nueva normativa del uso de fitosanitarios cambiará el modo de trabajo de los agricultores” **Página 34**

Las empresas de ECOHAL aumentan su facturación en 105 millones en los peores años de la crisis **Página 3**

ACTUALIDAD

Syngenta reúne a 800 profesionales en Madrid para mostrarles su oferta global integrada **P.6**

COMARCAS

CAMPHO solucionará la gestión de los restos vegetales en el municipio ejidense **P.8**

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

Opinión

¡Por fin los agricultores pueden disfrutar de una Feliz Navidad!

La actual campaña agrícola no va mal. Los precios de casi todas las hortalizas empezaron a ganar céntimos hace algo más de dos meses, hasta que han conseguido unos niveles de rentabilidad desconocidos. Ya era hora de que una Navidad fuera feliz para los productores.

Hasta la fecha, las cotizaciones que se reflejan a diario en las pizarras de las principales subastas han tenido su repercusión en el volumen de ventas. La facturación de las hortalizas almerienses se ha duplicado respecto al mismo periodo del año anterior. Todo parece conjurado para que los agricultores vivan unos días de alegría, ilusión y satisfacción profesional y personal. Los que nos dedicamos a la información hemos olvidado muchas quejas de los productores sobre la falta de rentabilidad. Sabemos que la situación de ahora no es para siempre y,

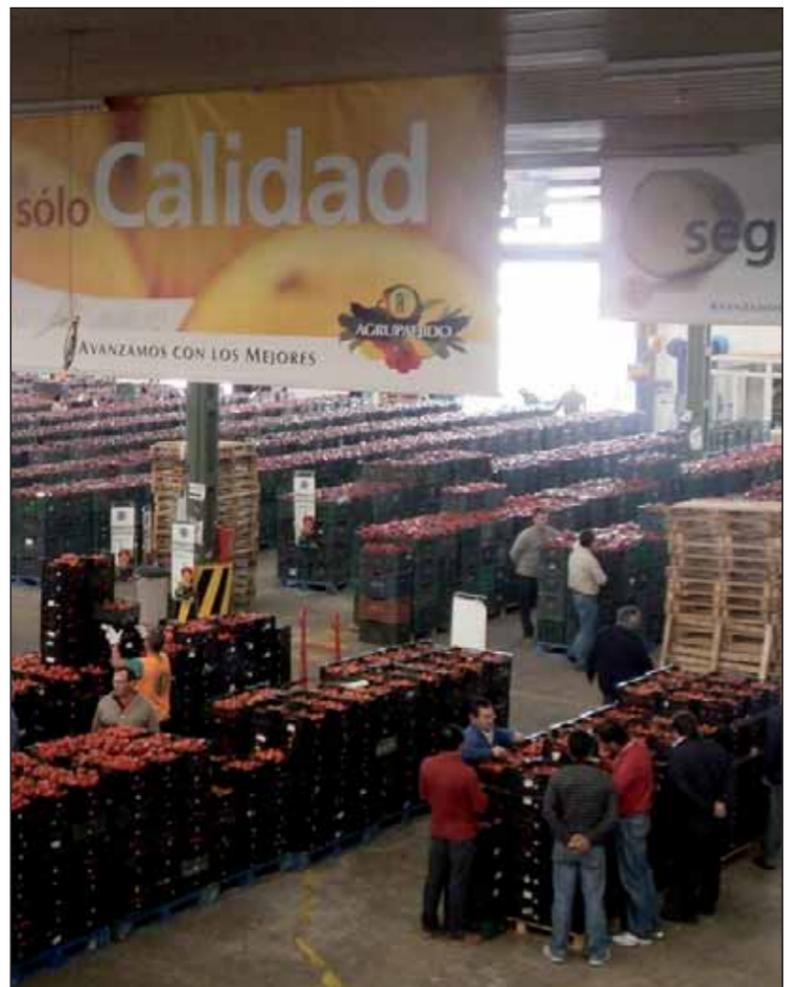
■ José Antonio Gutiérrez.
Periodista



Hasta la fecha, las cotizaciones que se reflejan a diario en las pizarras de las principales subastas han tenido su repercusión en el volumen de ventas. La facturación de las hortalizas almerienses se ha duplicado.

cuando más tranquilos estemos, volverán las quejas por la falta de dinero en las cotizaciones. No obstante, es tiempo de disfrutar, que penas ya han soportado muchas los horticultores de esta provincia.

La descrita anteriormente es la parte positiva, pero no todos son felices. Los empresarios exportadores están atravesando uno de los momentos más críticos de la campaña. Sí, parece difícil de entender, pero es así. Las empresas exportadoras y las subastas han entrado en una pugna abierta por conseguir kilos y algunos precios que se pagan a los productores no reflejan la realidad del mercado. Eso ha llevado a que muchas de estas entidades hayan pagado hortalizas a los productores más caras que si las hubieran comprado los consumidores finales. La pérdida continua ha llevado a muchos de estos empresarios a perder la liquidez en los primeros tres meses de la campaña agrícola.



La gran distribución sigue apretando las clavijas al campo, pero no ha sido el agricultor el que ha cargado con los precios que impone el cliente europeo. En este caso, han sido los exportadores y subastadores los que están sufriendo una hemorragia prolongada e inesperada de pérdida de rentabilidad en su negocio.

Es cierto que lo más correcto hubiera sido que tanto productores como exportadores hubieran tenido éxito en sus ventas y la felicidad hubiera sido plena, pero no es así. Esta situación es un claro ejemplo de la falta de entendimiento y diálogo en el sector comercializador de Almería. En esta ocasión, ha sido la necesidad que tienen de crecer todas las empresas lo que ha llevado a una situación caótica. Otras veces, la falta de entendimiento hace que la gran distribución se lleve las hortalizas a precios de risa sin que haya nadie que pueda aportar lucidez, sentido común y entendimiento en un sector que más bien parece dominado por los pillos que por los profesionales.

Es lamentable que esté pasando todo esto. ¿Hasta dónde van a po-

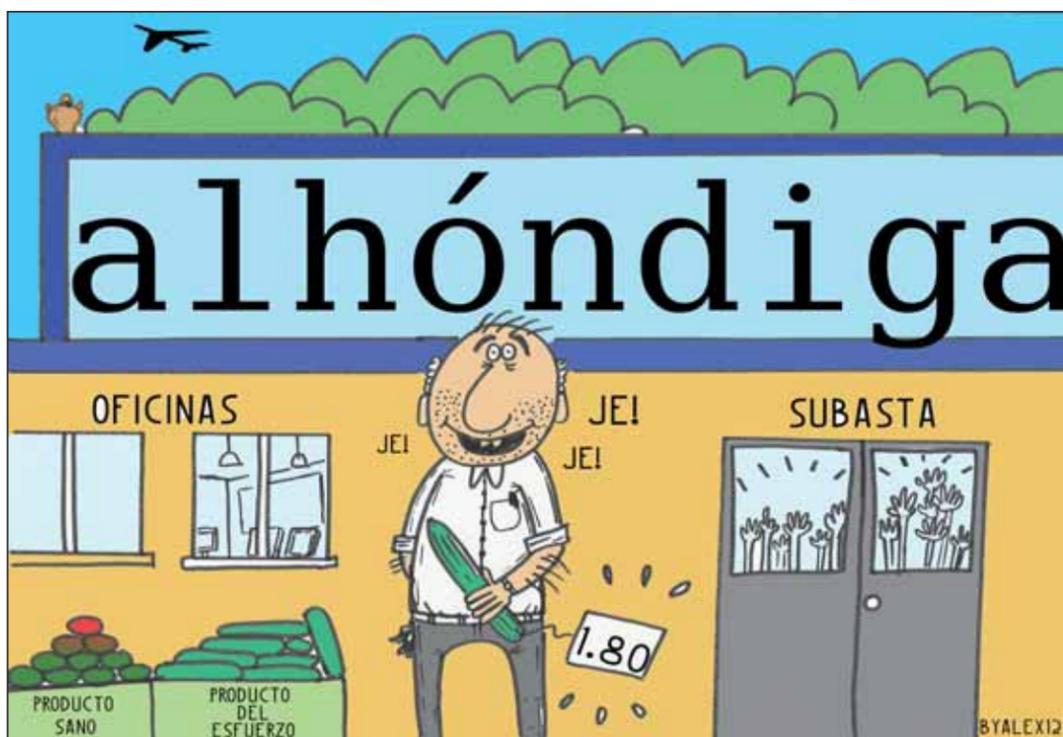
der aguantar las empresas? En algún momento, se ha de poner fin a una situación irreal de precios que puede acabar con muchas de las entidades exportadoras de la provincia.

En los buenos y en los malos tiempos hay que tomar nota para mejorar. Una vez que hemos dejado atrás etapas, podemos valorar lo que en su día se dijo y hoy nos encontramos con los errores de entonces. El 'gigante de los pies de barro' no era tal, todos los pilares de su entorno han caído y el más fuerte era de hormigón. Esta comparación nos ha de servir para que analicemos ciertos datos que nos agobian, como es la competencia de países terceros, la fuerza de la gran distribución o los pimientos de Israel.

El mayor problema que tenemos es la organización interna y, en momentos como el actual, se vuelve a demostrar su desorden. Es una pena, pero a palos también se aprende.

Para concluir, me gustaría sumarme a esa felicidad de los agricultores y desear a todos los lectores unas felices fiestas y un próspero año 2013.

EL HUMOR DE ALEX



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

EN EL PERÍODO DE 2007 A 2011

Las empresas de ECOHAL aumentan sus ventas en 105 millones durante la crisis

Este espectacular incremento se debe fundamentalmente a la compra de otras entidades del sector

■ José Antonio Gutiérrez

Casi la totalidad de las empresas de la Asociación ECOHAL en Almería ha experimentado un aumento de facturación en el periodo comprendido entre 2007 y 2011. Esos han sido, hasta el momento, los años más duros de la feroz crisis que azota España. Las entidades integradas en la Asociación que preside Juan Enrique Vargas han pasado de facturar 439 millones de euros en 2007 a 544 millones en 2011.

Este volumen supone el 26 por ciento del total de la facturación de la campaña 2010/2011, que ascendió a 2.065 millones de euros. Los datos para elaborar esta información han sido aportados por el registro mercantil, en base a las cuentas anuales presentadas por cada una de las empresas en los años de referencia del periodo elegido.

Casi la totalidad de las entidades que integran ECOHAL Almería ha experimentado un



■ El presidente de ECOHAL Almería, Juan Enrique Vargas, junto a Esperanza Aguirre, expresidenta de la Comunidad de Madrid.

aumento de facturación. En total, han sido 105 millones de euros los que se han sumado a las cuentas de estas entidades en los años más fuertes de la crisis.

Tanta evolución se debe a dos causas fundamentales. La primera de ellas es que la gestión realizada ha sido buena y ha dotado a estas comercializadoras de liquidez y solvencia en momentos delicados para el flujo financiero. Por otra parte, se han

llevado a cabo con éxito operaciones de absorción que han provocado un aumento espectacular de la facturación. Así pues, cabe destacar las operaciones realizadas por La Unión en la costa de Granada, la roquera Costa de Almería con la adquisición de Cehorpa o la compra de Campoalmería y Mayba por parte de Agroiris.

Estos datos abren un panorama sólido para las entidades in-

tegradas en esta asociación. Cajaravisaba hace unos meses de que el 80 por ciento de las exportadoras almerienses lo iba a pasar mal en los años venideros y eso iba a provocar muchos reajustes de concentración por obligadas operaciones de absorción. Pues bien, los datos que arrojan las cuentas de las empresas socias de ECOHAL hablan a las claras de una fuerza económica apropiada para partir en una po-

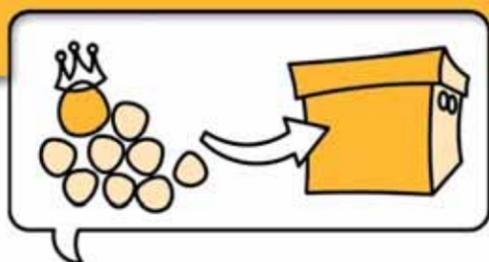
sición dominante en esas posibles fusiones.

Entre las empresas que más han evolucionado están La Unión, que dirige Gabriel Barranco, y Agroiris, en manos de Juan Antonio Díaz Planelles. Ambas empresas han dado un paso de gigante desde 2007 y se han situado en la cúspide de la comercialización hortofrutícola en la provincia de Almería. Especialmente significativo ha sido el paso dado por Hortofrutícola Costa de Almería con la adquisición de Cehorpa, esta última desgajada del grupo Agrupaejido, de Cecilio Guillén.

Gracias al incremento de facturación, la asociación que preside en Almería Juan Enrique Vargas ha ganado mucha representatividad dentro de foros tan importantes como la Interprofesional de Frutas y Hortalizas, HORTYFRUTA. Asimismo, ECOHAL Andalucía, que también agrupa a las empresas de Granada y Málaga, ocupa ahora un puesto de mucho calado en la citada asociación.

Por último, cabe indicar que el modelo de explotación de las entidades agrupadas en ECOHAL ha dado un excelente resultado en una época en la que entidades históricas de la comercialización hortofrutícola han desaparecido del panorama económico almeriense. Es un punto para la reflexión, máxime cuando no hace mucho se alzaron voces en contra del modelo de subasta por calificarlo como inapropiado.

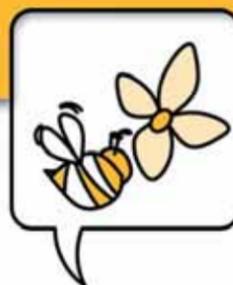
agrobío vuela ...



las mejores
condiciones



express
24 en menos de
horas



bio polinización
y control
biológico



+ producción
+ calidad

UNA FELIZ NAVIDAD



■ El calabacín ha sido el producto que ha alcanzado los precios más altos este otoño, superando la barrera de los dos euros el kilo. /FHALMERIA

El clima ha hecho posible el mejor otoño de precios desde la campaña 2007-2008

Esta Navidad, pese a la bajada de las cotizaciones de los últimos días, sí está siendo más dulce para los agricultores almerienses

■ **Rafa Villegas**

Los agricultores almerienses están teniendo la Navidad más dulce de los últimos cinco años gracias a las cotizaciones que han logrado durante el otoño. No obstante, los precios no son tan elevados como para llevar al éxtasis ni solucionar los problemas de rentabilidad de los últimos años. Por ello, los responsables de las organizaciones agrarias los califican solamente de “aceptables”, si bien es cierto que son, según ha explicado el presidente de ASAJA-Almería, Francisco Vargas, “los mejores desde la campaña 2007-2008”.

Dos factores muy importantes, como son la climatología y la producción, se han unido para hacer posible esta subida de precios. Y

es que, el frío ha llegado antes en comparación con campañas anteriores tanto a la provincia de Almería como al resto de Europa. Ello ha provocado, como no podía ser de otra manera, una disminución de la producción, por lo que, como ha asegurado el secretario provincial de COAG-Almería, Andrés Góngora, “se han regulado los precios, pero no hemos sido nosotros los que lo hemos conseguido, sino la climatología”.

A estos dos importantes factores se le ha unido el tradicional aumento de pedidos de hortalizas que tiene lugar cada año de cara a las fiestas navideñas, lo que ha provocado que los picos máximos de precios se hayan registrado en torno a la mitad del mes de diciembre.

No obstante, bien es cierto que a algunas producciones les ha faltado precio. Es el caso, como ha especificado Francisco Vargas, “de las berenjenas, que han estado muy mal de precio y las subidas finales de su cotización no han conseguido acabar con la pérdida de

rentabilidad que arrastran desde el comienzo de la campaña”.

A principios de la campaña, que da comienzo cada año en el mes de septiembre, también registraron precios muy bajos otros productos, como es el caso del calabacín y el pepino tipo Almería. Si bien es cierto que después fueron a más semana a semana.

Todo ello ha llevado a un mayor ajuste de la oferta y la demanda, lo que ha hecho más complicado a las grandes cadenas de distribución europeas ejercer la ya típica especulación en los precios finales de los productos hortofrutícolas.

Los comerciales del sector no han dado abasto con tantos pedidos, que han sido en muchas ocasiones superiores a la producción disponible, lo que ha permitido vender las hortalizas de la provincia a precios más elevados que en campañas anteriores.

COMPARATIVA DE PRECIOS

La mayoría de productos ha experimentado un progresivo au-

mento de su precio desde el comienzo de la campaña, registrando la mayor subida en torno al 15 de diciembre. Es el caso, por ejemplo, de calabacines, pepino tipo Almería, berenjenas largas, pimientos California rojo, así como los pimientos morrón rojo y verde.

Así, los calabacines subieron poco a poco de precio hasta superar los dos euros el kilo de primer precio el día 15 de diciembre en las pizarras de Agroejido. Desde ahí, una vez finalizados los pedidos de Navidad, han comenzado una senda de descensos hasta los 1,20 euros de primer corte y 0,67 de remate el día de Nochebuena.

El pepino tipo Almería, por otra parte, comenzó la campaña a tan solo 0,28 euros el kilo, mientras que alcanzó su pico máximo de cotización el 15 de diciembre, al venderse en la alhóndiga de Agroejido a un primer corte de 1,09 euros y un último corte de 0,72 euros. El 24 de diciembre, sin embargo, ya oscilaba entre los 0,62 y los 0,30 euros el kilo.

La misma curva de subidas y bajadas han registrado las berenjenas largas, con la diferencia de que su peor dato lo registraron el 31 de octubre, con precios que oscilaron, siempre en las pizarras de Agroejido, entre los 0,17 y los 0,31 euros. Rozaron los dos euros el kilo el 17 de diciembre y se quedaron entre los 0,95 y el euro y medio el día 24.

El pimiento California rojo, por su parte, registró su mínimo de cotización el 17 de septiembre, con un precio único de 0,47 euros el kilo, si bien osciló entre los 1,18 y los 1,21 el 15 de diciembre y apenas bajó hasta el euro con seis céntimos de primer corte el día 24.

En cuanto a los pimientos morrones, el rojo registró su mínimo el 31 de octubre, al venderse en la alhóndiga de Agroejido entre 0,65 y 0,79 euros el kilo, mientras que su máximo tuvo lugar el pasado 24 de diciembre, cuando se vendió en la misma comercializadora entre 1,34 euros y 1,19 por cada kilogramo de producto. Los verdes, sin embargo, comenzaron la

UNA FELIZ NAVIDAD

campana en torno a los 0,55 euros, concretamente el día 3 de septiembre, y se vendieron entre 0,63 y 0,70 euros por cada kilogramo el 17 de diciembre.

Mención aparte merece el tomate que, como ha explicado Andrés Góngora, "es un producto del que la provincia de Almería tiene poca cuota, por lo que le afecta mucho más la competencia de países terceros, en este caso muy especialmente del Reino de Marruecos".

Así, esta fruta, que no obstante es el producto que más se cultiva en la provincia, comenzó la campaña con precios más que aceptables, si bien coincidía con los momentos de menor producción, mientras que, a medida que Marruecos comenzó a introducir producto, el precio fue a la baja.

Por poner algún ejemplo, el precio del tomate maduro oscilaba el 15 de octubre entre 0,96 y 1,05 euros el kilo en las pizarras de Agropionte Poniente, mientras que el 27 de noviembre registró un primer corte de tan solo 0,47 euros y remató a 0,32. Lo que sí ha registrado ha sido un incremento los días previos a la Navidad. Así, el 13 de diciembre se comercializó en Agropionte entre 0,74 y 0,84 euros el kilo.



■ El pimiento California rojo se llegó a vender en Agroejido a 1,21 euros el kilo el pasado 15 de diciembre. /FHALMERIA

Lo mismo ha ocurrido con el tomate para ensalada, que registró su mayor precio el 30 de octubre, con un precio único de 0,62 euros, mientras que bajó hasta los 0,39 de último corte el día 27 de noviembre, en coincidencia con la entrada de tomate marroquí, que superó los contingentes de entrada y violó los precios mínimos de

entrada en el territorio comunitario. Ya el 24 de diciembre, el precio había subido hasta los 0,60 euros por cada kilogramo.

Finalmente, el tomate en ramo inició la campaña a 0,88 euros el 14 de septiembre, cifra que no ha vuelto a alcanzar, quedándose entre los 0,27 y 0,51 euros el kilo el 27 de noviembre y entre 0,60 y

0,84 el pasado día 13 de diciembre.

BAJADA DE PRECIOS

Tras el mejor otoño de cotizaciones para el campo de los últimos cinco años, los últimos días de esa estación y los primeros del invierno se han caracterizado por una bajada generalizada de los precios.

Desde las organizaciones agrarias señalan al final de los pedidos de los clientes europeos de cara a la Navidad, así como a la repentina subida de las temperaturas, que han llegado, incluso, hasta los 23 y 24 grados centígrados de máxima en el Poniente almeriense, como responsables de esta caída de los precios. Francisco Vargas ha recordado que "lo que menos nos interesa es contar con temperaturas cálidas en invierno, esperamos que bajen lo antes posible para que se logre regular de nuevo la producción".

Los agricultores esperan que todos los factores se unan para procurar un resto de la campaña bueno en cuanto a precios se refiere. Ellos, su trabajo, que es producir las mejores hortalizas del mundo con el mayor respeto posible al medio ambiente y al consumidor final, lo están cumpliendo a rajatabla. Ahora sólo queda que reciban, por fin, su merecido, en forma de una campaña, cuanto menos, aceptable.

Para facilitarles la información acerca de las cotizaciones de cada uno de los productos tienen a su disposición un apartado en la página web www.fhalmeria.com, donde podrán comparar los precios de más de una docena de pizarras.

La mejor selección para el mercado europeo

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

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

LÍDERES EN LOS PRINCIPALES CULTIVOS A NIVEL MUNDIAL

Syngenta reúne a 800 profesionales para mostrarles su oferta global integrada

■ CIA

Syngenta organizó a principios de diciembre sus Días de Demostración. Dos jornadas en las que participaron casi 800 personas que pudieron conocer de primera mano las nuevas soluciones tecnológicas tras la integración de toda la oferta global de la empresa. El evento en formato 'show room' congregó a autoridades, clientes, distribución, cooperativas, centros de investigación, universidad, así como a los más de 400 empleados de la empresa en la Península Ibérica.

Hace prácticamente un año, Syngenta anunciaba la integración de sus tres divisiones de negocios (Semillas, Sanidad Vegetal y Bioline) y la apuesta por una nueva estrategia enfocada a ofrecer soluciones integradas amplias y eficaces para cada cultivo. Una oferta única en el sector que sólo puede ofrecer Syngenta a los agricultores de todo el mundo y que supone una estrategia sólida, ya que implica pensar siempre como un agricultor para el desarrollo de soluciones innovadoras y la creación de alianzas estratégicas que logren dar valor añadido a toda la cadena agroalimentaria.

Syngenta ha hecho una fuerte apuesta por el mercado ibérico, tal y como lo demuestra su presencia con tres estaciones de investigación, en Almería, Murcia, y el Sur de Portugal, y dos plantas de producción, en Pontevedra y Sevilla. La compañía persigue un objetivo

Hace prácticamente un año que la multinacional anunció la integración de sus divisiones de Semillas, Sanidad Vegetal y Bioline, en una firme apuesta por una estrategia que ofrezca soluciones para todos los cultivos y que logre mayor valor añadido



■ Participantes atienden a las explicaciones de los profesionales de Syngenta durante uno de los Días de Demostración. /FHALMERIA

claro: doblar las ventas actuales en los próximos cinco años. La posición de partida de Syngenta es prometedora por su liderazgo en los principales cultivos a nivel mundial, sus inversiones en I+D+i, su capital humano altamente cualificado y la visión de futuro que implica su apuesta por una Agricultura Intensiva Sostenible.

La idea de estas jornadas era que todas las personas relacionadas con la compañía la pudieran conocer

en profundidad y entendieran tanto la dimensión real del negocio como todas las innovaciones y soluciones que se ofrecen en los diferentes cultivos. Así, los visitantes pudieron conocer las innovaciones tecnológicas en cultivos tan dispares como las hortalizas, cereales, oleaginosas, cítricos, fruta de hueso, viña o caña de azúcar, soja, etc., así como sus innovaciones en proyectos de sostenibilidad. En cada una de estas áreas, diversos res-

ponsables de Syngenta analizaron, en primer lugar, el sector o cultivo que trataban a nivel global, los desafíos de futuro y los principales problemas a superar, hasta llegar a la oferta de soluciones integradas para cada cultivo: desde el mejor material vegetal, pasando por fauna auxiliar beneficiosa para el cultivo, productos de sanidad vegetal, estrategias de producción integrada o cambios culturales como el uso de portainjertos.

Desde la visión de la Agricultura Intensiva Sostenible, se dieron a conocer las acciones de la compañía para difundir buenas prácticas agrícolas y medioambientales, como el desarrollo de márgenes en los cultivos para fomentar la biodiversidad.

Estos Días de Demostración ofrecieron una visión global no sólo de la fuerza y compromiso de Syngenta, sino del futuro de la agricultura a nivel global.

PROYECTOS PARA 2013

La higiene rural y la calidad de melón y sandía, nuevos retos de HORTYFRUTA

■ I. F. G.

La mejora de la higiene rural así como la mejora de la calidad de melón y sandía son dos de las líneas de trabajo trazadas por la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA) para 2013. Así se decidió, de forma unánime, en la primera reunión de su Junta Directiva celebrada tras el amago de COEXPHAL de abandonar la organización y que mantuvo en

un vilo a todo el sector durante el pasado mes de noviembre.

Para la puesta en marcha de ambos proyectos, HORTYFRUTA prevé, por un lado, la creación de grupos de trabajo internos que analicen la producción y comercialización de melón y sandía para, posteriormente, valorar la posibilidad de elevar estos acuerdos internos como parte de la Extensión de Norma que vela, precisamente, por la calidad de los frutos. Asimismo, la Interprofesio-

nal prevé la puesta en marcha de un Comité Técnico Interno específico sobre Higiene Rural, que vigile el cumplimiento de las obligaciones en cuanto a la limpieza agrícola y redunde en el beneficio de todo el sector. En esta campaña, HORTYFRUTA elaborará una serie de propuestas, como la creación de este Comité, recogidas del propio sector y que espera poder poner en marcha con la colaboración de las administraciones competentes.



■ Reunión de la Junta Directiva de la Interprofesional. /FHALMERIA

Comarcas

COSTES DESORBITADOS

Agricultores culpan del precio de la tierra a la especulación de constructores

En el comienzo de la crisis, hubo constructores de la provincia que compraron terrenos agrícolas cerca de los pueblos para especular

■ Rafa Villegas

La crisis del ladrillo no sólo ha afectado, como bien es sabido, al sector inmobiliario y a la construcción. Además de los problemas que ha causado en toda la industria auxiliar de este sector, muchos agricultores se quejan de que la compra, en los últimos años, de tierra por parte de antiguos empresarios constructores ha provocado un encarecimiento de la tierra agrícola que hace inviable la adquisición o alquiler de invernaderos para la mayoría de los productores.

No obstante, si bien es cierto que el precio de la tierra ha descendido en los últimos años muy ligeramente, sigue siendo tan elevado que son pocos los agricultores que podrían pagarlo. Así, según la Encuesta de precios de la tierra en Andalucía del año pasado, que realiza la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, una hectárea de regadío costaba, de media, en la provincia, 137.306 euros, sólo un 2,2 por ciento menos que en 2010, cuando se pagaba a 140.393 euros. Lo cierto es que el precio de la tierra para



■ Espectacular cultivo de tomate cherry en un invernadero de la provincia almeriense. /FHALMERIA

cultivos bajo abrigo es desorbitado en la provincia de Almería. Como muestra, si se compara con el del resto de las provincias andaluzas, Granada tiene el precio más elevado, y eso que sus agricultores pagan menos de la mitad de lo que tienen que hacer los productores almerienses, en concreto 53.066 euros. El resto de provincias tiene precios para los terrenos en regadío que son hasta siete veces más baratos que los de Almería. Así, el año pasado se pagaron de media 38.510 euros en la provincia de Málaga, 38.347 en la de Cádiz, 22.971 en la de Córdoba, 20.150 en la de Sevilla y, finalmente, 19.319 en la de Jaén.

Este diferencial tan pronunciado también se da en los terrenos

que se destinan a labores de secano. Ahí también tiene Almería el récord de precios con un coste medio el año pasado de 23.122 euros; le sigue, a distancia, Cádiz, con un precio medio por hectárea de 16.534, Málaga con 14.665 euros, la provincia de Sevilla con 14.150, la de Huelva con 12.819, la provincia de Córdoba con 11.766 euros y, finalmente, la de Granada con 6.561 euros por hectárea.

Analizando todos los precios de las tierras agrícolas, Almería también se lleva la palma en cuanto al desembolso que tienen que realizar sus agricultores para comprarlas. Así, en 2011, el precio medio de los terrenos para uso agrícola de la provincia se situó en 38.500 euros, que es cierto que re-

presenta un 3,6 por ciento menos que en 2010 pero es el doble que la media del conjunto de la Comunidad Autónoma andaluza, que fue de 19.600 euros.

QUEJAS

Respecto a las quejas de los agricultores por las prácticas que han llevado a cabo algunos antiguos empresarios del sector de la construcción, el secretario provincial de COAG-Almería, Andrés Góngora, ha asegurado que, aunque lógicamente no todos, sí se ha dado el caso en los últimos años de "constructores en paro que compraron invernaderos cercanos a los núcleos de población con vistas a un cambio en los planes de urbanismo municipales y, por lo tan-

to, con la clara intención de lucrarse con un cambio de suelo rural a suelo urbano". Lógicamente, la crisis económica está siendo mucho más grave de lo que se preveía en un principio y los ayuntamientos no están llevando a cabo estas recalificaciones de terrenos.

Góngora considera que la inclusión de empresarios de la construcción en el sector agrícola "sí ha provocado que, en parte, sean responsables de los altos precios que tienen en la actualidad los invernaderos a renta". Esta campaña, sin ir más lejos, ha habido agricultores que solían alquilar invernaderos que no han podido hacerlo. Y es que, como ha asegurado Góngora, "pagar de renta unos 15.000 euros por hectárea al año es complicado, muy pocos productores pueden hacer frente a ese precio".

Una visión diametralmente opuesta es la que tiene de la situación el presidente de ASAJA-Almería, Francisco Vargas, quien, ha asegurado que "no se puede negar que ha habido constructores que han comprado terrenos rústicos susceptibles de cambios futuros a suelo urbano, pero no con la intención de ponerlos a renta, esa práctica no se les costea". Para Vargas, de lo que se trata no es de constructores de siempre, sino de "agricultores, la mayoría, que pasaron al sector de la construcción y ahora, con la crisis del ladrillo, han vuelto".

www.regantessolyarena.com

Sol y Arena
Comunidad Comarcual de Regantes

AVANZANDO CON EFICIENCIA EN LA GESTIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL AGUA

HIGIENE RURAL

CAMPHO solucionará la gestión de los restos vegetales en el municipio ejidense

El concejal de Agricultura, Manuel Gómez Galera, ha asegurado que ya cuentan con una hoja de ruta para comenzar el proyecto

■ Rafa Villegas

El Consejo Municipal Agrario de El Ejido ha sentado las bases para solucionar definitivamente el problema de la gestión de los restos vegetales en el municipio. Y es que, en su última reunión, aprobó la puesta en marcha del modelo de gestión CAMPHO (Centrales Agrarias para el Manipulado de Productos Hortofrutícolas), a través del cual se podrán gestionar más de 65.000 toneladas de restos vegetales al año, así como obtener alimento para el ganado.

A este sistema colectivo de gestión, que ha sido acordado por unanimidad por todos los miembros que forman este órgano de decisión municipal, podrán adherirse todas aquellas empresas de manipulado con el objetivo



■ Reunión para abordar el tema de los pasos a seguir con el modelo CAMPHO.

de tratar los desechos de los frutos que se generan en cada uno de los centros; a su vez, estos sobrantes, y al tratarse de productos aptos para el consumo, serán destinados a la obtención de alimento para el ganado mediante la aplicación de la técnica del ensilado.

El concejal de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente en el Ayuntamiento de El Ejido, Ma-

nuel Gómez Galera, destacó que “una de las ventajas del sistema CAMPHO es que permite, a su vez, la adhesión de todos los agricultores a través de sus centros de comercialización para que puedan tratar y gestionar los residuos que generen en sus explotaciones agrícolas”.

Respecto a la técnica del ensilado, el concejal ejidense aseguró que “es un método altamente

contrastado en muchas explotaciones tanto agrícolas como ganaderas, especialmente de zonas donde se obtienen vegetales con alto contenido en humedad, donde el ensilado procesado está garantizado, es un alimento de óptimo valor nutritivo y de muy buena aceptación por los ganaderos”.

Gómez Galera se mostró muy satisfecho por el respaldo absoluto que ha tenido esta propuesta y aseguró que ya se ha acordado la elaboración de una hoja de ruta que marque los próximos pasos a seguir para aunar esfuerzos e implicar en este proyecto a agricultores, ganaderos y empresarios.

Del mismo modo, el concejal ejidense aclaró que “con la implantación de este modelo de gestión, de iniciativa totalmente privada y sin ánimo de lucro para sus asociados, nuestras empresas de comercialización podrían ser pioneras a la hora de gestionar sus residuos”, algo a lo que, desde el 26 de mayo, obliga la Junta de Andalucía.

PENDIENTE

El PSOE exige al PP compromiso con la desaladora del Poniente

■ R. V. A.

El PSOE ha anunciado que va a exigir tanto en el Congreso de los Diputados como en el Senado “que el Gobierno invierta lo presupuestado en la finalización de las obras de la desaladora del Campo de Dalías después de que durante 2012 no gastaran ni un solo euro de lo previsto y estén dejando que la obra se deteriore y no se dé respuesta a las necesidades de la zona”.

El secretario de Organización del PSOE de Almería y senador, Juan Carlos Navas, ha reprochado “las mentiras y el doble lenguaje que utilizan los representantes del PP de Almería al abordar las políticas hídricas para la provincia y que se demuestran en el nulo compromiso que mantienen con esta obra, a la que destinaron 47 millones de euros para este año, de los que no han gastado absolutamente nada”. El PSOE recuerda que el PP no prevé ninguna actuación nueva en materia de agua en Almería en 2013.

EN EL EJIDO

Profesionales japoneses del sector conocen el modelo agrícola de la provincia

■ R. V. A.

Una delegación compuesta por profesionales relacionados con el sector agrícola, entre los que se encuentran representantes de casas de semillas, propietarios de empresas de maquinaria agrícola, responsables de centros de investigación, así como profesores de distintas universidades de Japón, ha visitado El Ejido, con el objetivo de conocer de primera mano el modelo agrícola de la provincia.

Los anfitriones del encuentro han sido el alcalde de El Ejido, Francisco Góngora, y el concejal de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente, Manuel Gómez Galera, quienes les

han informado sobre las condiciones de producción agrícola del municipio, aprovechando la climatología de la zona y gracias también al esfuerzo y trabajo de los agricultores de la zona.

Góngora ha incidido en la tecnificación del sistema agrícola, pero también ha destacado cómo la agricultura del Poniente se basa en un modelo de producción biológico respetuoso con el medio ambiente.

Además, los empresarios nipones se desplazaron junto al concejal de Agricultura ejidense a las instalaciones de Clisol Agro, así como también a la Estación Experimental de Las Palmerillas y a un semillero del municipio.

LÍDER

Cactus Serrano ofrece, desde El Ejido, la mayor variedad de cactus de Europa

■ José Antonio Gutiérrez

Ir a ver las plantaciones de la empresa Cactus Serrano en El Ejido vale la pena. Este productor, Paco Serrano, ha creado uno de los complejos de planta ornamental más atractivos e impactantes de España, aparte de ser el mayor centro productor de cactus de toda Europa. En sus instalaciones se pueden ver todo tipo de cactus, hermosos por lo raros que parecen, y de todos los tamaños.

Apenas 20 minutos de agua al mes dan para una belleza incalculable. Su catálogo colgado en Internet es digno de todo elogio, pero ver las plantas en vivo no tiene comparación alguna. Una muestra de lo que pueden encontrar la pueden ver en <http://www.cactuserrano.es/>.



■ Paco Serrano en su invernadero de cactus. /FHALMERIA

Miles y miles de metros cuadrados ocupados por plantas de todo tipo con un aspecto envidiable hacen de este entorno algo singular.

Serrano comenta que “la mayor parte de lo que producimos se exporta y a nivel local vendemos algunas plantas para colec-

cionistas porque tenemos de todo, de todos los tamaños y en todas las épocas”.

Serrano es un gran conocedor del cactus y no para de probar nuevas variedades que amplíen su oferta, de ahí su amplio catálogo, que lo ha llevado a ser el mayor productor nacional.

FUNDACIÓN CAJAMAR

Una especie de mosca demuestra gran efectividad contra el pulgón

I. F. G.

La doctora M^a Ángeles Marcos, de la Universidad de Alicante, afirmó durante el último seminario técnico agronómico organizado por la Fundación Cajamar y COEXPHAL que los sírfidos podrían ser excelentes depredadores naturales del pulgón, una de las plagas que afecta a los cultivos hortícolas de la provincia. Según explicó, las larvas de esta mosca son grandes depredadores del pulgón y, de hecho, así lo demuestran tanto los ensayos realizados en laboratorio como los llevados a cabo en campo en Almería y Murcia. Sin embargo, y hasta el momento, estos sírfidos no se están utilizando en los invernaderos.

Éste fue uno de los trabajos que se expuso en este nuevo seminario técnico agronómico, en el que se analizaron los avances en control biológico en la provincia y donde llamaron la atención, cómo no, sobre el éxito alcanzado en tomate esta campaña. En cualquier caso, los técnicos e investigadores reunidos se refirieron a la importancia de seguir apostando firmemente por la I+D como fórmula para hacer del control biológico un arma cada vez más eficaz. Y es que, junto a la investigación sobre nuevas plagas, también hay que perfeccionar el método en algunos cultivos.

MEJOR APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS

Sol y Arena quiere aprovechar los huecos mineros para acumular aguas pluviales

Éste es uno de los proyectos de futuro que se plantea la Comunidad de Regantes, que quiere reutilizar la mayor cantidad de agua posible

Isabel Fernández

La Comunidad de Regantes Sol y Arena apuesta de forma decidida por la reutilización de las aguas, de ahí que, entre sus proyectos de futuro, contemple el aprovechar los huecos mineros existentes en la Rambla Carcauz para acumular aguas pluviales que, posteriormente, puedan ser empleadas en el riego de cultivos. En este sentido, su presidente, Juan Romero, explicó que, “a raíz de los últimos años de lluvias, que ocurren muy de vez en cuando, nos encontramos con una gran cantidad de agua de calidad que hay que aprovechar”; para ello, propuso la utilización de “las antiguas canteras de áridos que existen en las zonas de la Rambla Carcauz para almacenar agua de lluvia”. Y es que, según afirmó, por estas zonas, en los años más lluviosos, “corre el agua y se acumula”.

El presidente de Sol y Arena recordó que en la Rambla Carcauz existen unos socavones im-



Juan Romero, presidente de Sol y Arena. /FHALMERIA

portantes, fruto de la extracción de áridos, que se pueden aprovechar para almacenar agua de alta calidad para regadío. Por ello, “Sol y Arena ha planteado un proyecto para aprovechar esos huecos mineros para acumular aguas pluviales”. Asimismo, y en el caso de que el embalse de Beninar contara con excedentes hídricos, ese agua, en lugar de vertirse al río Adra, podría ser acumulada en este mismo sistema de embalses que propone la Comunidad de Regantes.

Para Juan Romero, “no tiene sentido que tiremos agua o que podamos provocar daños con agua de calidad, que es tan necesaria para el campo”. A su juicio, el proyecto planteado por Sol y Arena “permitiría solucionar el problema de inundaciones y, además, aprovechar el agua para regadío que, hasta ahora, se pierde o se infiltra en el acuífero”, a veces, en el acuífero menos apropiado, como ocurre cuando se infiltra en el superior y sube el nivel de la Balsa del Sapo.

EN ECOLÓGICO

La empresa Bio Sol Portocarrero prevé ampliar su nave e instalar maquinaria

I. F. G.

Bio Sol Portocarrero, empresa nijareña dedicada a la producción y comercialización de hortalizas ecológicas, tiene en marcha un proyecto para la ampliación de su nave y, además, para la instalación de nueva maquinaria. Así lo indicaron desde la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, desde donde apuntaron que, desde su constitución, en el año 2001, esta empresa ha recibido cuatro subvenciones que, en total, ascienden a 400.000 euros.

El delegado territorial del ramo, José Manuel Ortiz, en una visita reciente a la empresa, valoró la actividad que ésta viene desarrollando desde su puesta en marcha y que le ha permitido, por ejemplo, “hacerse con un hueco en mercados tan exigentes como el alemán y el británico, a través de grandes cadenas de distribución”. Asimismo, alabó la apuesta de productores y comercializadores de Almería por la agricultura ecológica, sobre todo teniendo en cuenta que “los consumidores, cuando se trata de alimentos, queremos productos sanos, de calidad y sabrosos, que ofrezcan todas las garantías sanitarias”.

Esta apuesta por lo ecológico ha hecho que Almería sea hoy líder nacional en número de operadores ecológicos.

INUNDACIONES EN EL LEVANTE

Los afectados anuncian protestas en enero si no llegan las ayudas al sector

I. F. G.

Agricultores y ganaderos del Levante provincial han anunciado movilizaciones para el próximo mes de enero si, para entonces, no han recibido las ayudas que tanto el Gobierno central como la Junta de Andalucía prometieron tras las inundaciones producidas en la zona a finales del pasado mes de septiembre. Así lo afirmaron desde la organización agraria COAG-

Almería, que se reunió con los afectados en Huércal Overa para analizar la situación tres meses después del desastre. En este sentido, Andrés Góngora, secretario provincial de COAG, lamentó que, “tres meses después de la catástrofe natural, impera el silencio, parece que nada hubiera sucedido en Almería”. Mientras tanto, agricultores y ganaderos siguen sin poder recuperar sus explotaciones, dañadas de forma importante.

En esta reunión, la organización agraria y los afectados acordaron trabajar de forma conjunta para hacer llegar sus peticiones a las distintas administraciones. Entre esas medidas, ya COAG en su día pidió al Gobierno la aprobación de un Decreto-Ley que recogiera, por ejemplo, indemnizaciones por los daños en las producciones agrícolas y ganaderas, beneficios fiscales o el establecimiento de créditos ICO a interés 0 %.



Más de 500 afectados se reunieron en Huércal Overa. /FHALMERIA

ESTABAN EN UN ESTADO INADECUADO

Agricultura finaliza la mejora de 3,7 kilómetros de vías rurales en Tíjola

■ E. S. G.

La Consejería de Agricultura y Pesca ha finalizado las obras en cinco caminos rurales de Tíjola, una obras que han mejorado más de 3,7 kilómetros de vías rurales que dan acceso a varias explotaciones agrarias del municipio y que se encontraban en un estado inadecuado para la circulación de vehículos. En este sentido, los caminos sobre los que se ha actuado son el del Prado Alto, con 1.750 metros de longitud, en el que, entre otras actuaciones, se ha construido un firme aglomerado en caliente; camino Viejo de Cela, casi 300 metros en varios tramos, en el que se ha extendido un firme de aglomerado caliente; Cortijo Montes, 449 metros en dos tramos, en los que se ha construido un firme de hormigón, parte con capa granular y otra parte con firme con multicapas y sellado de arenas; Algaida, 979 metros, con un firme de aglomerado caliente; y camino Rambla Guanila, algo más de 300 metros, en los que se ha extendido también

un firme de aglomerado caliente.

Igualmente, Agricultura ha concluido las obras en tres caminos rurales de Partalao, que en su conjunto suman casi 1,7 kilómetros de longitud. En concreto, en esta ocasión, las vías rurales que han sido mejoradas son camino Piedra Amarilla, de 270 metros, en el que el proyecto incluía el aporte de zahorra artificial y construcción de una capa de rodadura con aglomerado; camino Cerro Gordo, de 276 metros, en el que se ha construido una capa granular con zahorra artificial y capa de rodadura con triple tratamiento asfáltico y sellado con arena; y camino La Plana, de 1.143 metros, en el que además de una capa de rodadura con tratamiento asfáltico, se ha extendido un firme de hormigón.

Se trata de una acción que los agricultores necesitaban para poder mejorar los accesos a sus explotaciones agrarias, ya que con ello mejoran su actividad, y, por tanto, incrementan la competitividad de dichas fincas y su rentabilidad.

POR SEGUNDO AÑO CONSECUTIVO

Castillo de Tabernas presenta 'Año Nuevo', el virgen extra de la Navidad

■ E. S. G.

Castillo de Tabernas presenta, por segundo año consecutivo, 'Año Nuevo', el primer virgen extra dedicado a la época navideña. En esta ocasión, el aceite ha sido elaborado con un 50% de aceitunas de cada una de las variedades picual, arbequina del Desierto, todas procedentes de la plantación situada en el Desierto de Tabernas de Almería.

En este sentido, 'Año Nuevo' es un virgen extra sin filtrar, puro zumo de oliva 100% natural recién extraído. Este aceite tiene el estado natural del zumo de las aceitunas tras

su molturación, con un sabor muy afrutado y diferenciado, que se mantiene desde noviembre a febrero, aproximadamente. La acidez natural obtenida es 0,1°, idéntica a la que posee el aceite Castillo de Tabernas.

Según el presidente de la entidad, Rafael Úbeda, "esta campaña hemos querido aprovechar la calidad de la cosecha que estamos obteniendo para unir dos acontecimientos que se producen solo una vez al año, el inicio en noviembre de la extracción de la nueva campaña de aceite y la gastronomía especial de la Navidad, con productos de máxima calidad".

DESARROLLO RURAL



■ Campo de olivos. /FHALMERIA

El GDR Alpujarra-Sierra Nevada Almeriense inicia diez proyectos de que generarán un total de 22 empleos

El consejo territorial del Grupo da el visto bueno a iniciativas empresariales que supondrán una inversión de 320.000 euros

■ E. Sánchez

El Grupo de Desarrollo Rural Alpujarra-Sierra Nevada Almeriense se ha reunido en Terque con el fin de agilizar en lo posible la ejecución y justificación del programa 'LiderA'. Así, en esta reunión se dio el visto bueno a diez proyectos, siete de los cuales han sido presentados por empresarios y emprendedores de la comarca. Con una inversión total de más de 320.000 euros, a estos proyectos productivos les ha sido aprobada una subvención global de más de 150.000 euros, inversión con la que crearán 10 empleos y mantendrán otros. Además de estos proyectos, el consejo territorial que preside Antonio Ortiz Oliva, ha acordado desestimar algunos proyectos aprobados con anterioridad y no ejecutados, con lo que las ayudas que se concedieron en un principio a dichos proyectos se destinarán ahora a otros, que se quedaron a la espera de disponibilidad presupuestaria.

Entre los proyectos aprobados con disponibilidad presupuestaria destaca una para la puesta en marcha de una explotación de cultivo de plantas medicinales en Las Tres Villas, que recibirá una ayu-



■ Viñedos en la zona de Lujar. /FHALMERIA

da pública de más de 12.000 euros, para una inversión subvencionable de más de 21.000 euros y generará tres empleos, dos de ellos de nueva creación. En el caso del Ayuntamiento de Lujar de Andarax, el proyecto prevé el asfaltado de un camino de acceso a unas naves municipales.

'LIDERA'

Desde que se puso en marcha el actual proyecto de desarrollo, el GDR Alpujarra-Sierra Nevada Almeriense ha aprobado subvenciones a más de un centenar de proyectos, por un importe global de más de 4 millones de euros, para una inversión de casi 9 millones de euros, gracias a la cual se han generado casi 200 empleos, entre los de nueva creación y los de mantenimiento. Asi-

mismo, el delegado territorial de la Consejería de Agricultura y Pesca, José Manuel Ortiz, ha recordado que la Junta ha decidido adelantar más de 27 millones correspondientes a la Administración central en la cofinanciación de las ayudas previstas de la anualidad de 2012 del Programa de Desarrollo Rural 2007-2013 y evitar así que se dejen de invertir en Andalucía 261 millones.

PAGO GARANTIZADO

Con esta medida, anunciada por el consejero Luis Planas, se garantiza el pago de estas subvenciones, ya que desde hace unas semanas la Administración estatal ha dejado de aportar su parte, por lo que estaba en peligro que se pusiera a ejecutar este dinero en Andalucía.

FRUTOS SECOS

Almería cuenta con 195 hectáreas en producción de pistachero, castaño y nogal

Almería cuenta con 195 hectáreas en producción de frutos secos tan variados como el pistacho, las castañas o las nueces. Así se desprende de los datos hechos públicos por la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente y que cifran, en concreto, en 8 las hectáreas de pistachero, 69 las de castaños y en 118 hectáreas las de nogal. Estas cantidades son, a priori, ínfimas, pero muestran la existencia en Almería de alternativas a la almendra, el fruto seco por excelencia que se cultiva en la provincia y, cómo no, a las todopoderosas hortalizas.

En lo que respecta al cultivo de pistacho, según los datos hechos públicos por la Administración andaluza, en 2012, en esas 8 hectáreas de superficie se produjeron 10 toneladas de pistachos, que alcanzaron una facturación de 45.000 euros. Todas estas explotaciones de pistacho se encuentran en la comarca del Campo de Tabernas.

En el caso del castaño, en la provincia se han registrado 69 hectáreas en las que, en total, se han producido 200 toneladas, un 12'3 % menos que en 2011, mientras que el valor de esta producción se situó en 350.000 euros, un 32 % menos. Por último, y en lo que respecta al nogal, en las 118 hectáreas

as existentes en la provincia se han producido 59 toneladas, un 7'8 % menos que hace un año, que han alcanzado una facturación final de 129.800 euros, un 23'8 % menos.

OPORTUNIDAD

Todos estos cultivos, y en especial el de pistacho, se presentan como una nueva oportunidad para diversificar las producciones de la provincia. Tanto es así que, de hecho, en diciembre, el Instituto de Formación Agraria y Pesquera (IFAPA) de la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente organizó una jornada técnica sobre el cultivo del pistachero en el Alto Almanzora. En este sentido, Octavio Arquero, técnico especialista del IFAPA, se refirió a la realidad de este cultivo en la zona, así como a sus perspectivas de futuro y sus posibilidades reales de implantación en la comarca del Alto Almanzora.

La jornada organizada por IFAPA tenía como objetivo responder a todas las dudas que pudieran tener sobre este cultivo los agricultores, desde las variedades que mejor se adaptan a la zona hasta las perspectivas del mercado. Todo ello con la intención de abordar el mayor número de aspectos posibles que, en parte, pudieran hacer interesante esta alternativa de cultivo.

PLAN 'ENCAMINA2'

Agricultura invierte casi 300.000 euros en la mejora de una decena de caminos en el Norte y el Levante

La reparación de vías rurales tanto en Vera como en Vélez Rubio contribuirá a mejorar las conexiones y la competitividad del sector

Isabel Fernández

El Plan 'Encamina2', puesto en marcha por la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta en septiembre de 2011, ha permitido la mejora de una decena de caminos rurales en el Norte y el Levante de la provincia, en concreto, en los municipios de Vélez Rubio y Vera. En total, la inversión de la Administración autonómica ha ascendido a 295.000 euros, de los que 177.000 se han destinado a la reparación de las estructuras viarias en Vélez Rubio y los 118.000 restantes en Vera.

Según recordó el delegado territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, José Manuel Ortiz, el objetivo de este Plan y, por tanto, de estas intervenciones, no es otro que responder a "las demandas de agricultores y ganaderos, que necesitan mejorar los accesos a las explotaciones agrarias y forestales, mejora que redundará en el incremento de la competitividad, la dinamización de dichas explotaciones y, por tanto, en la renta de los productores".



La Junta ha reparado el camino de La Alquería, en Vélez Rubio. /FHALMERIA

De este modo, las obras ejecutadas en Los Vélez han permitido la mejora de cinco caminos rurales, en concreto, el camino de La Alquería, Los Mellinas, del Calderón, Del Madroño y Cantaroya. En todos ellos, y según indicaron desde la Administración andaluza, se han realizado trabajos de remoción del terreno original, así como en cuatro se ha extendido una capa firme con zahorra artificial y una capa de rodadura con tratamiento asfáltico. En el camino de Cantaroya, además, se ha extendido un firme con aglomerado en caliente, se ha hecho un badén y, por

último, se han hecho escolleras de roca.

En el caso de Vera, se ha intervenido sobre los caminos Viejo de Mojácar (desde la carretera nacional 340), Viejo de Garrucha, Nueve Oliveras, Cañada Iglesia y Cañada de la Cruz-Loma Soler. En total, la Junta ha mejorado 2.500 metros lineales de vías rurales, en los que se han realizado trabajos de remoción, refino y compactación. Asimismo, en algunos se han extendido capas de rodadura con aglomerado en caliente y, en otros, capas con zahorra artificial o triple tratamiento asfáltico.

Cuando compre fitosanitarios
Abra bien los ojos
 Utilizar fitosanitarios ILEGALES afecta a...

SU SALUD
 SU DINERO
 AL MEDIO AMBIENTE

AYÚDANOS A ACABAR CON EL TRÁFICO DE FITOSANITARIOS ILEGALES

Avísanos si detectas redes comerciales o personas que todavía los venden o utilizan. Puedes llamarnos de forma totalmente anónima. El futuro de nuestra agricultura está en tus manos.

A LOS FITOSANITARIOS ILEGALES

STOP

LLAMADA ANÓNIMA

902 882 081

aepla
www.aepla.es

ORGANIZADO POR DIPUTACIÓN DE ALMERÍA

Bodegas Viñalmanzora gana el primer premio del 'Concurso de Vinos Tintos de Almería'

■ Elena Sánchez

Bodegas Viñalmanzora ha logrado hacerse con el primer premio en el 'I Concurso de Vinos Tintos de Almería', organizado por la Diputación de Almería y que se desarrolló a lo largo del mes de noviembre. El presidente de la Diputación, Gabriel Amat, fue el encargado de entregar el galardón a la bodega, que fue reconocida por su vino tinto Didacus Sirah Barrica 2010. Igualmente, el certamen ha premiado además a los dos finalistas, que este año han sido Bodegas Valle Laujar y Bodegas Pedro García Gil.

La elección del galardonado se ha hecho de entre más de una quincena de bodegas participantes que previamente habían seleccionado uno de sus vinos a concurso. De hecho, ya el pasado 29 de octubre, cuando dio comienzo este concurso, se llevó a cabo una 'Cata a ciegas' por parte de los casi 30 miembros que han conformado el jurado y que probaron los 16 caldos que participaron.

El diputado de Agricultura, Óscar Liria, aseguró en ese momento que "estamos muy satisfechos porque en este certamen están presentes el 70 por ciento de las bodegas de la provincia almeriense que producen vino tinto y los caldos que están aquí son todo un reflejo de la calidad del vino y la uva de Almería". En esta oca-

El galardón lo han obtenido por su tinto Didacus Sirah Barrica 2010, mientras que Bodegas Valle de Laujar y Pedro García Gil se han quedado como finalistas, en una primera edición en la que ha participado el 70% de las bodegas almerienses



■ Los ganadores del 'I Concurso de Vinos Tintos de Almería', junto con el presidente de la Diputación, Gabriel Amat. /FHALMERIA

sión, durante la 'Cata a ciegas' y para lograr la máxima concentración, solo el jurado y la organización estuvieron deliberando cuáles son los tres mejores vinos que se producen en la provincia, aunque no fue hasta el pasado 3 de diciembre cuando el presidente Gabriel Amat hizo entrega de una placa para el vino que se ha quedado en primer lugar, así como los diplomas para las dos puntuaciones siguientes. Las 'catas

El jurado ha estado compuesto por 30 miembros de distintos sectores

El jurado de este 'I Concurso de Vinos Tintos de Almería' ha estado compuesto por un total de 30 miembros de distintos sectores de la sociedad almeriense. De este modo, según ha indica-

do la Diputación de Almería, lo que se ha pretendido ha sido que los fallos fueran lo más objetivos posible y que no solo esté representado por enólogos y bodegueros.

a ciegas' se denominan así porque todas las botellas tienen sus etiquetas ocultas y los miembros del jurado solo conocen del vino una numeración en base a la que puntúan.

Entre los objetivos del concurso destacaba promocionar las elaboraciones de vino tinto de las bodegas, impulsar en la provincia la cultura y consumo del vino y la consolidación de este concurso en el tiempo.

EN ABLA

Agentes medioambientales y guías de educación se forman en micología

■ E. Sánchez

Agentes de Medio Ambiente, guías de educación ambiental y gestores locales han asistido a un curso en Abila con el fin de formarse en el sector de la micología. Esta acción ha sido puesta en marcha por la Consejería de Agricultura para formar a colectivos relacionados con la conservación, gestión y aprovechamiento sostenible de los recursos micológicos. Igualmente, entre los

temas destacados estaba el poder difundir los posibles modelos de gestión del recurso micológico para su protección, normativa y regulación, así como fomentar el aprovechamiento sostenible del medio rural en las zonas en las que existe mayor producción y tradición de uso micológico con especial énfasis a los parques naturales. Según Agricultura, esta acción formativa pretende cubrir los aspectos básicos en identificación de las principales especies fúngi-

cas aprovechables y venenosas, herramientas interpretativas del medio natural y rural, conocimiento de espacios naturales de interés micológico, rutas micológicas o etnomicología de las distintas comarcas pertenecientes al territorio andaluz.

Finalmente, se ha hecho especial hincapié en los aspectos relacionados con la gestión del recurso micológico, sobre todo, en los antecedentes legales, normas y consejos para la recolección.



■ Asistentes al curso celebrado en Abila. /FHALMERIA

Especial PRODUCTOS DE PRIMAVERA



El campo está acabando su campaña de otoño y los agricultores preparan ya sus cultivos de primavera. Además, de los platos fuertes, que son melón y sandía en todos sus tipos, en los últimos años, tomate, berenjena, pepino y

calabacín están alcanzando un importante protagonismo en la segunda parte de la campaña agrícola. En las páginas de este especial, aportamos las claves para conocer algunos de los detalles previstos para la próxima primavera.

PLANIFICACIÓN

La alta rentabilidad de las producciones del otoño retrasará los cultivos de primavera

Los agricultores prefieren seguir con producciones viejas de calabacín o pepino, que siguen siendo rentables con el precio actual

■ Rafa Villegas

Los precios medianamente altos de los productos más susceptibles de dar paso a una campaña de primavera están provocando un retraso en los pedidos de sandía y melón. Y es que, por ejemplo, con los calabacines rondando el euro, incluso los más viejos llegan a rendir hasta 3.000 euros por hectárea a la semana, una cifra muy importante. Tampoco están dispuestos a pensar aún en los cultivos de primavera los productores de otras hortalizas como la berenjena, el pepino y el pimiento, que también se están vendiendo aún a buen precio.

David Sánchez, técnico de Semilleros El Plantel en la zona de Níjar, ha confirmado que “la sandía temprana se está retrasando mucho”. Es más, ha asegurado que “conforme están las cosas actualmente, se espera que el grueso de los trasplantes, tanto de melón como de sandía para la próxima primavera, tengan lugar durante el mes de febrero”.

Este retraso del trasplante de sandía y melón para la próxima primavera podría acarrear problemas. Y es que, hay que tener en cuenta que los agricultores que siembran en el resto de España al aire libre intentan cada año iniciar cuanto antes la recolección, así que cabe la posibilidad de que se junten los melones y sandías de Almería con los de Murcia y Castilla-La Mancha, lo que podría provocar un descenso brusco de los precios e incluso que los mercados no pudieran absorber toda la producción.

Para David Sánchez, vista la situación, lo que evitaría que se solapen las producciones bajo abrigo con las de la calle sería que el mes de febrero fuera bastante frío, algo que, como ha explicado el técnico de Semilleros El Plantel, “retrasaría las producciones al aire libre”.

Todo ello ha provocado, como no podía ser de otra manera, que las previsiones iniciales de su-



■ Lucía Pérez, agricultora de La Mojenera, recolectando calabacines de primerísima calidad. /FHALMERIA



■ Cultivo de pepino en un invernadero almeriense. /FHALMERIA

perficie de sandía y melón de cara a la próxima campaña de primavera no sean ya válidas. El secretario provincial de COAG-Almería y responsable estatal de Frutas y Hortalizas de la misma organización agraria en el ámbito nacional, Andrés Góngora, ha señalado que “todo apunta a que, además del retraso que nos han comunicado desde los semilleros, también se podría reducir la superficie estimada de sandía de cara a la próxima primavera”.

Además, los buenos precios del calabacín, que es sin lugar a dudas el producto hortícola que más ha destacado durante el pasado otoño, están llevando a varios productores a plantearse la posibilidad, como ha apuntado Gón-

PLANIFICACIÓN



■ Los buenos precios del otoño van a provocar un retraso del cultivo de la sandía de primavera. /FHALMERIA

gora, de “optar por cultivarlo también, pero más de cara al invierno que a la primavera”. No obstante, el secretario provincial de COAG-Almería ha adelantado que “todo dependerá de cómo evolucionen las cotizaciones”.

Para el presidente de ASAJA-Almería, Francisco Vargas, hay que fijarse muy especialmente en tres productos para ver si los agricultores van a continuar con la tendencia del doble ciclo o se van a decantar más por alargar el inicial. Se trata, concretamente, del pimiento, el pepino y el calabacín.

Vargas ha asegurado que es “fundamental ver cómo responde el pimiento este invierno, ya

que se han producido muchos cambios de temperatura que, como bien es sabido, no favore-

“Hace falta un melón que, como la sandía sin pepitas, despierte interés en Europa”

El secretario provincial de COAG-Almería, Andrés Góngora, ha asegurado que “hacer previsiones para primavera de melón es muy complicado, ya que no acaba de funcionar”. Góngora

ha asegurado que “esta fruta necesita nuevas alternativas, como las que llegaron para la sandía con las sin pepitas”. Son demasiados años ya de desasosiego para sus productores.

cen para nada a este cultivo”. Del mismo modo, el presidente de ASAJA-Almería y también responsable de Frutas y Hortalizas de ASAJA nacional ha asegurado que “también hay que fijarse en los cultivos de pepino, en concreto en si aguantan todo el mes de marzo o no”.

En cuanto al tomate, Vargas ha recordado que “es un producto que da menos lugar a cambios de cara a la primavera, ya que sus productores o cambian un tomate por otro o se decantan por la opción de la sandía”.

En cuanto a las previsiones de superficie de los cultivos más típicos de la primavera, Francisco Vargas se ha mostrado cauto, si bien ha adelantado que, a priori, “no se esperan grandes cambios” en relación con la pasada campaña hortofrutícola, la 2011-2012.

Por otra parte, Andrés Góngora ha asegurado que, si bien es cierto que es muy complicado hacer una previsión de precios, “debido a que estos dependen de muchos factores”, si ha adelantado que “se presupone que dado que este otoño ha habido momentos de temperaturas más elevadas que han propiciado que se descarguen más rápido que otras campañas las plantas de tomates, se podrían ajustar más la oferta y la demanda y evitar la típica tendencia a la baja de los precios”. Y es que, según ha explicado Góngora, las plantas de tomates “están en estas fechas tan descargadas como lo suelen estar a finales del mes de enero, de ahí la gran cantidad de producto que está saliendo diariamente desde las comercializadoras, como por ejemplo desde CASI”.

Del mismo modo, Góngora ha asegurado que “también está ocurriendo que los productores de pimiento, debido a los precios más altos, han ido cogiendo sus frutos al día”, lo que también ha propiciado un mayor vaciado de las plantas.

Con toda esta situación, todo apunta a que la previsión inicial de un incremento de la superficie cultivada de sandías en la provincia de Almería esta primavera finalmente no se pueda cumplir.

PREVISIONES

En cuanto a las previsiones, el secretario provincial de la organización agraria COAG en Almería ha señalado que, como ya se ha visto en las últimas campañas, “la gran mayoría de los agricultores se decantará, en el caso de la sandía, por las negras o las blancas sin pepitas, que son las que más están demandando los consumidores del Viejo Continente”. Y es que, como ha asegurado Góngora, “la sandía negra con semillas tradicional cada vez se está encontrando con más dificultades para salir a los mercados”.

En cuanto a los tomates que más se cultivan para la campaña de primavera, Góngora ha destacado los “verdes, los lisos, los tipo Daniela, así como los cherry, si bien estos últimos se están produciendo ya durante los 12 meses del año, así que no se consideran de temporada”.

En cuanto al melón, Góngora ha lamentado que “es muy complicado hacer una previsión, ya que cada año se presenta más como una incógnita, debido sobre todo al desasosiego de los agricultores por sus resultados”.

Níjar
cultiva confianza

www.nijar.es

Ayuntamiento de Níjar
Concejalía de Agricultura y Medio Ambiente

PEPINO TIPO ALMERÍA

La multirresistencia de Taray F1 permite un ciclo más largo y más productivo

■ I. F. G.

Taray F1 es una variedad de pepino tipo Almería de Nunhems que destaca, sobre todo, por su multirresistencia, ya que “tiene resistencia al virus de las venas amarillas, a oídio y al virus del amarillo”. Así lo afirma Juan Carlos Rodríguez, técnico especialista en pepino de Nunhems, que añade que, gracias a estas resistencias, “el agricultor puede alargar el ciclo productivo, manteniendo una planta saludable y con un fruto de calidad y obteniendo mayores producciones al final del ciclo”. Hasta ahora, la variedad líder en primavera en pepino tipo Almería era Laredo F1, también de Nunhems. Taray F1 acaba de tomar el relevo y lo ha hecho mejorando las resistencias.

El técnico especialista en pepino de Nunhems destaca que, a diferencia de otras variedades que hay en el mercado, Taray F1 es “una variedad seleccionada específicamente para primavera”, luego “se comporta muy bien para trasplantes con frío extremo y, además, se adapta muy bien para ir de un ciclo de día corto a día largo”. Y es que Taray F1 está indicada para trasplantes desde enero a la primera quincena de marzo, luego comienza su ciclo productivo cuando las horas de luz aún son pocas y se extiende hasta el final de la primavera e inicio del ve-



■ Taray F1.

rano, cuando esas horas de luz aumentan.

MASTIL F1

Mastil F1, por su parte, es el complemento perfecto para Taray F1. Esta otra variedad de pepino tipo Almería está indicada para trasplantes de julio y agosto, pero se adapta también a trasplantes de la segunda quincena de marzo en adelante. Mastil F1 combina una alta calidad de fruto con una alta resistencia a amarillo. En este sentido, Rodríguez comenta que “el color de los frutos de Mastil F1 es tan oscuro que nos permite poder trasplantarlo en fechas tardías de primavera”. Asimismo, recuerda que, gracias a su alta calidad, reporta una mayor rentabilidad al agricultor, que consigue mayores ventas al primer corte.

EN TODOS LOS SEGMENTOS

Nunhems cuenta con dos tomates cherry y un marmande adaptados también a plantaciones de primavera

Estas tres variedades son resistentes al virus de la cuchara y ofrecen una alta productividad, además de ser ideales para exportación

■ Isabel Fernández

Nunhems cuenta con tres variedades de tomate adaptadas a todos los ciclos de cultivo y que dan muy buenos resultados tanto en invierno como en primavera. Essential F1, un cherry pera, Dreamer F1, un cherry ramo redondo, y Maremagno F1, una variedad marmande, son las propuestas de la empresa para la próxima campaña de primavera.

Iván Sierra, técnico especialista en tomate de Nunhems, explicó que Essential F1 es un cherry pera “resistente al virus de la cuchara” y que cuenta también con alta resistencia a rajado, además de con una alta productividad. En lo que respecta al fruto, Essential F1 ofrece “frutos muy uniformes” y se puede recolectar tanto suelto como en ramo. Desde un punto de vista comercial, Sierra destacó “su buena conservación y su consistencia”. Essential F1 es, según afirmó, “líder en el mercado del cherry pera desde hace ya más de dos años” y, de hecho, “es una variedad por la que ya está apostando la mayoría de las empresas productoras de esta tipología de tomate”.



■ Maremagno F1 permite hacer un ciclo muy largo, obteniendo gran producción.

Dreamer F1, por su parte, es un cherry ramo redondo “apto tanto para ciclos cortos como para ciclos largos”. Además de ser resistente al virus de la cuchara, esta variedad destaca, comercialmente, “por tener una estructura de ramo perfecta, en forma de raspera de pescado y con entre 14 y 16 frutos, además de una vida útil y una frescura atractivas”. Entre los beneficios para el agricultor, cabe señalar su alta productividad, ofreciendo “altos rendimientos”.

Por último, Maremagno F1 es un tipo marmande que permite hacer un ciclo muy largo de tomate, desde plantaciones tempranas de

agosto hasta finales de mayo o junio, e incluso, puede cultivarse en primavera. La posibilidad de hacer un ciclo largo supone, según Sierra, “un beneficio para el agricultor, ya que le permite obtener una mayor productividad”. Su apariencia atractiva, con una excelente coloración tanto en verde como en pintón y rojo le permite, asimismo, “buscar líneas comerciales de exportación por el rojo y la larga vida, así como líneas de mercado nacional, gracias a su color verde tan atractivo”. Es resistente al virus de la cuchara, además de a *Fusarium radices* y a *Cladosporium*.

EN PRIMAVERA, MELÓN, SANDÍA Y JUDÍA

Rique, la judía perona sin ganchillo tanto para cultivos al aire libre como en invernadero

■ I. F. G.

Entre las propuestas de Nunhems para cultivos de primavera, Rique, la judía perona sin ganchillo, juega un papel fundamental. Esta variedad destaca, sobre todo, por su adaptación para plantaciones tanto al aire libre como en invernadero, o incluso, en malla. Asimismo, cuenta con una planta de vigor medio, que ofrece unas vainas de entre 18 y 20 centímetros de

longitud y entre 16 y 18 milímetros de anchura. Su fruto tiene, además, un intenso color verde. Junto a esto, Rique es, además, una variedad con escasa tendencia a formar ganchillo y con resistencia intermedia al virus del mosaico común. Esta variedad de judía perona de Nunhems cuenta, asimismo, con una excelente conservación.

Junto a Rique, desde Nunhems siguen apostando por los cultivos más tradicionales de la pri-

mavera y, en este caso, sus propuestas para esta campaña 2012/2013 son Almanzor F1, el melón piel de sapo para invernadero, y Bengala F1, la sandía rayada sin semillas.

Almanzor F1 está indicado para un ciclo temprano en invernadero en Almería, para plantaciones de febrero. Este melón tipo manchego ofrece un excelente balance planta/fruto en invernadero y, además, resulta una variedad fácil de cultivar. Su fru-



■ Rique. /FHALMERIA

to, tanto en forma como en tamaño, es de un alto nivel comercial, pero si por algo destaca Almanzor F1 es por su muy buen nivel de azúcar, su carne crujiente, con alta firmeza y por su conservación postcosecha.

Bengala F1, por su parte, es una sandía rayada sin semillas indicada para un ciclo temprano. Bengala F1 es una variedad precoz y con una gran facilidad de cuaje. En lo que respecta a su fruto, éste tiene un excelente color, incluso cuando está cercano a la madurez. Asimismo, tiene un aspecto externo muy llamativo y diferenciado del resto de rayadas sin semillas, mientras que, internamente, es un fruto rojo muy uniforme y de corteza fina.

NUEVO TOMATE

Diamond Seeds presenta Luana TY F1, un tomate pera de gran calibre y versatilidad

Se trata de la nueva apuesta para primavera-otoño, un tomate que se diferencia del resto porque su larga vida hace que sea ideal tanto para mercado nacional como internacional. Además, se trata de un fruto de cuello blanco, que no se raja, rellena muy bien y su presencia física es excelente

■ Elena Sánchez

La casa de semillas Diamond Seeds presenta una nueva apuesta de cara a la campaña de primavera, su nuevo tomate pera Luana TY F1, una variedad que destaca, sobre todo, por su gran producción, gran calibre de fruto alargado y oval. Según comenta José Ginés de Haro, delegado de zona de Diamond, "llevamos varios años estudiando esta variedad y haciendo ensayos con ella en diferentes zonas de producción tanto en la provincia de Almería como en Málaga y Murcia y la verdad es que los resultados que hemos obtenido han sido excelentes". Luana TY F1 es un tomate "que tiene una coloración y maduración excelentes, además coge un color rojo intenso que lo hace llamativo a la hora de la comercialización".

Igualmente, según comenta José Ginés de Haro, este tomate te da varias opciones a la hora de su venta, ya que al ser un fruto de gran calibre está perfectamente adaptado al mercado nacional, pero también es excelente por su larga postcosecha, lo que nos permite contar con él para su exportación a otros mercados".

Desde Diamond Seeds están verdaderamente satisfechos con



■ José Ginés de Haro muestra la nueva variedad de tomate Luana TY F1, un pera con mucho futuro. /FHALMERIA

esta nueva variedad, ya que se han logrado cubrir todos los objetivos. Es decir, Luana TY F1 es un tomate que rellena muy bien, no se ahueca, pesa bastante

y esto hace que "los agricultores que lo están trabajando ya estén encantados con él, ya que el precio que están percibiendo por el fruto es bastante bueno.

Y es que una de las cosas que hacen que se eleve su valor es la presencia del tomate con su color intenso, la forma y lo duro que es físicamente". Otro de los

aspectos por los que destaca la nueva variedad de la casa de semillas es porque este tomate se puede coger suelto, con cáliz o sin cáliz. "Se trata de un fruto que tiene unos ramos bastante grandes, con más grosor y con un calibre parejo durante todo el ciclo. De hecho, está adaptado tanto a ciclos largos como cortos, lo que nos viene a indicar que su cuaje es perfecto con temperaturas altas y bajas".

PLANTA FUERTE

En cuanto a la planta, José Ginés de Haro explica que "es bastante fuerte, vigorosa y con buena cobertura foliar". Permite que los frutos que ofrece durante todo el ciclo no se diferencien apenas en cuanto a calidad, además engorda todo el tomate. Igualmente, gracias a la buena postcosecha del fruto, ésta permite mantener el fruto durante más semanas sin que el mismo se deteriore lo más mínimo y, a su vez, da la posibilidad de que aumenten los grados brix del tomate. De hecho, la planta está perfectamente adaptada tanto a cultivos de invernadero como al aire libre.

Finalmente, otra de las cosas importantes a señalar de esta variedad de tomate es que tiene buena resistencia al virus de la cuchara.



TOMATE LUANA TY

PRODUCCIÓN Y RESISTENCIA UNIDAS

A LARGA VIDA

LUANA TY F1

IR: Cuchara TYLCV

www.diamondseeds.com



CIFRAS CAMPAÑA 2011/2012

Tomate, berenjena y calabacín incrementan su producción

Estos tres productos avanzan cada campaña en lo que a kilos se refiere, mientras que el pepino ha perdido producción

■ Elena Sánchez

El tomate es el producto que más toneladas obtiene a lo largo de la campaña, ya que se trata de uno de los dos productos más importantes de la provincia almeriense. Así, según los datos ofrecidos por la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Alimentación, el tomate ha registrado un total de 929.835 toneladas, 37.316 más que en el ejercicio 2010/2011, cuando se cerró el año con un total de 892.519 toneladas. A pesar de que durante el año los precios han sido algo más bajos que en campañas anteriores, los agricultores siguen apostando por este producto que tan buenos resultados da en cuanto a calidad y seguridad alimentaria.

Por otro lado, también a buen ritmo va la berenjena, ya que, a pesar de ser la segunda hortaliza con menor superficie cultivada, en cuanto a número de toneladas, ésta sigue registrando una gran mejora. De hecho, los datos dejan ver que, en la campaña 2011/2012, el número total de toneladas ob-



■ Interior de un invernadero de calabacín. /FHALMERIA

tenidas fue 187.675, 14.280 toneladas más que en el ejercicio 2010/2011, cuando la cifra se quedó en 153.148 toneladas. La berenjena es una hortaliza que se trabaja muy bien y en la que el agricultor tiene total confianza.

PEPINO

A pesar de que el pasado año el pepino fue el producto que registró un mayor incremento en el volumen de producción, en esta ocasión, ha ocurrido todo lo contrario y esta hortaliza ha sido la que más kilos ha perdido en la campaña 2011/2012. En concreto, las cifras de este ejercicio establecen un total de 407.354 toneladas, 14.280 menos que en la campaña 2010/2011, cuando el pepino con-

tó con 421.634 toneladas. Parece ser que el año que se analiza no ha sido bueno para esta hortaliza, ya que también ha bajado sus cifras en lo que a precio medio y rentabilidad se refiere.

Finalmente, el calabacín es la hortaliza que mayor incremento de toneladas registró en la campaña 2011/2012, ya que cerró el ejercicio con 354.156 toneladas, es decir, 55.117 más que en el año anterior, cuando las cifras recogidas le daban un total de 299.039 toneladas. Se trata del tercer año consecutivo en aumento, ya que, en los últimos ejercicios, el calabacín, junto con el pepino, es un fruto muy recurrido por los agricultores, gracias a su buena rentabilidad.

NOVEDAD

Ramiro Arnedo presenta Kikuyu F1, un tomate pera de color rojo intenso

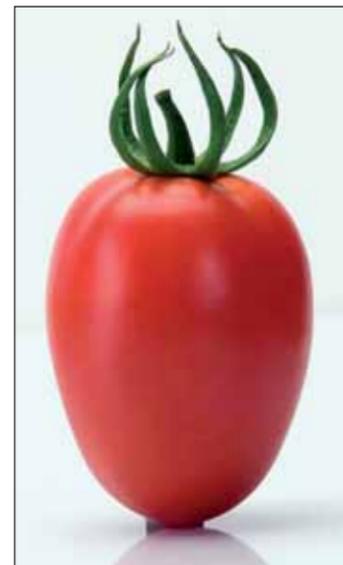
■ CIA

La casa de semillas Ramiro Arnedo presenta su nueva variedad de tomate pera Kikuyu F1, un fruto que destaca por su color rojo intenso, su forma oval alargada y su alta conservación postcosecha. Igualmente, la empresa destaca esta variedad por ser una planta con buena resistencia, vigorosa, de porte compacto y entrenudos cortos, así como de cuaje fácil. Su peso medio es de 140 a 170 gramos.

Sin embargo, esta variedad no es la única con la que cuenta Ramiro Arnedo de cara a la campaña de primavera, ya que también quiere destacar otras. En primer lugar está Pasadena F1, una variedad precoz y vigorosa, con tallo robusto. Se trata de un fruto ligeramente aplastado, con superficie muy lisa, sin cuello verde y con un color rojo muy intenso en la madurez. El físico de este tomate destaca por su dureza y uniformidad. Además, Pasadena F1 produce ramilletes con entre 4 y 7 frutos y tiene un peso de 250 a 350 gramos por fruto.

PIMIENTOS

Por otro lado, la casa de semillas también hace referencia a



■ El nuevo pera Kikuyu F1. /FHALMERIA

Rigoletto F1, una variedad de pimiento tipo dulce italiano, con una planta de vigor medio y crecimiento lento, de fácil cuaje en las primeras cruces del tallo. Destaca por ser un fruto largo, con la pared fina y la superficie rugosa y brillante. Y es que, Rigoletto F1 es un fruto destinado a cultivos en invernadero. Finalmente, Vegas F1 es una variedad vigorosa y con buen cuajado. Sus frutos son oscuros, acabados en morros, bastante rectos y lisos.

Ramiro Arnedo cuenta así con grandes propuestas para los agricultores de Almería.

BUENOS DATOS PARA ESTA FRUTA

El precio medio del tomate aumentó la pasada campaña y llegó a 0,58 euros

■ R. V. A.

El tomate ha mejorado todas las variables entre las campañas 2010/2011 y 2011/2012, según los datos de la Delegación Territorial de la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía. Y es que el precio medio del tomate ha aumentado, pasando, en el mismo período comparativo, de 0,51 euros por kilo a 0,58, lo que ha conllevado un incremento del valor de la producción para el agricultor, que ha mejorado en casi 82 millones de euros hasta superar ligeramente la ba-

rera de los 538 millones. Mayor aún ha sido el incremento del valor recibido por las comercializadoras, concretamente de algo más de 105 millones de euros, hasta los 775.714.000 euros. Del mismo modo, el rendimiento medio por hectárea del tomate ha sido de 101.911 kilogramos, 3.290 más que en la campaña anterior, la 2010/2011, lo que se ha traducido en un rendimiento neto de 10,2 kilos por metro cuadrado.

Otro de los datos que también se ha visto incrementado en esta campaña es que en las 9.124 hectáreas que se destinaron a este cultivo el

pasado año agrícola, 74 más que en el anterior, se produjeron un total de 929.835 toneladas, lo que representa un incremento del 4,2 por ciento respecto al ejercicio precedente.

RENTABILIDAD

Finalmente, con todos los datos positivos que se han registrado en esta ocasión, no sorprende que la rentabilidad también haya sido aceptable. Así, en el ejercicio agrícola 2011/2012 fue de unos 5,9 euros por metro cuadrado, 90 céntimos más que en la campaña precedente.



■ El tomate registró buenas cifras en Almería la pasada campaña. /FHALMERIA

PEPINO, TOMATE Y PORTAINJERTOS

Rijk Zwaan apuesta por una primavera con frutos de gran sabor, color y resistencia

La empresa ofrece un amplio catálogo de variedades que facilitan el trabajo al agricultor y con grandes cualidades organolépticas

■ Elena Sánchez

La casa de semillas Rijk Zwaan está trabajando para ofrecer los mejores productos a sus agricultores de cara a la campaña de primavera-verano. En este sentido, tanto en tomate como pepino y portainjertos, la firma holandesa se ha marcado el objetivo de cumplir con las principales exigencias tanto de productor como de mercado: frutos de gran calidad, buen sabor y color, así como que sean resistentes y cuajen bien con el calor.

Así, el responsable de tomate de Rijk Zwaan, Manuel Hernández, comenta que de cara a esta nueva campaña de primavera “vamos a contar con varias alternativas para ofrecer al agricultor. En cuanto a tomate ensalada de cuello verde, tenemos Montenegro RZ, un fruto que está centrado en trasplantes de enero-febrero para que se recolecte entre abril, mayo y junio, cuando aún no se han comenzado a recolectar los tomates que se cultivan en la calle”. Para Hernández, esta variedad tiene unas “características organolépticas excelentes y para trasplantes en estas fechas es muy bueno y ofrece un gran sabor”.

Además de Montenegro RZ, Hernández también destaca otras dos variedades de tomate rama y que son buenas en primavera para zonas más frías en las que los agricultores trabajan con dos ciclos. Se trata de Delyca RZ y Ramyle RZ, aunque la novedad de este año y que complementa a las mismas es Rayosol RZ (74-208), un tomate que “se comporta muy bien con ciclos de primavera-verano, cuaja muy bien con el calor y su color es excelente”.

TOMATE PERA

Dentro de la oferta de tomate pera, la casa de semillas presenta una novedad. Se trata de Monterojo RZ (74-154), un fruto que se puede recolectar tanto en rama como en suelto, de gran



■ Monterojo RZ es un tomate de calidad, apto para recoger en ramo y suelto.



■ Pradera RZ es un pepino Blue Leaf con gran resistencia a oídio.



■ El portainjerto King Kong RZ va muy bien en ciclos cortos.

calidad y un color característico. Y, finalmente, Hernández, destaca la variedad de tomate cherry Guindo RZ, un producto, sobre todo, destinado para la zona de la costa de Granada, que sirve para recolectar en suelto. “Tiene muy buen sabor, colorea de manera excelente en primaveras tardías y cuenta con una alta resistencia al virus de la cuchara”.

Por otro lado, Rijk Zwaan también cuenta con una amplia gama de portainjertos de cara a los productos de primavera-verano. Sobre este aspecto se pronuncia David Herzog, responsable de portainjertos de RZ. Y es que, el avance de esta entidad se puede observar en que “hemos logrado tener en injerto una solución para todos los cultivos”. Así, en cuanto a to-

mate se refiere, Herzog destaca el ‘porta’ King Kong RZ, “un material que va muy bien para ciclos cortos, donde no hay demasiados problemas de frío”. Sin embargo, si el agricultor se encuentra con fuertes problemas de nematodos o necesita tener un mayor vigor en la planta, David Herzog recomienda Emperador RZ, “un material que es excelente para estos dos problemas, ya que, si se necesita tener un vigor extra en la planta, Emperador RZ es el más indicado”.

En cuanto a pepino, el responsable de portainjertos de RZ destaca Affyne RZ, “un material específico de raíz de pepino que funciona muy bien en ciclos de primavera-verano”. Pero además, este año también se está probando otro ‘porta’ en pepino, se trata de Cobalt RZ, “un material de pie de calabaza, que tiene buena resistencia y queremos que los agricultores empiecen a conocerlo porque es realmente bueno”. Y es que, hoy día, solo hay dos soluciones para los problemas de fusarium en pepino: “o bien acudir al injerto, o si no, pasarse a otro cultivo”.

PEPINO

Pradera RZ es un pepino tipo Almería que cumple con todas las exigencias para ser la referencia en los cultivos de primavera: es

precoz, con resistencias y con un calibre adecuado. Así, Pradera RZ es una variedad que se encuentra dentro del concepto Blue Leaf y que goza de una alta resistencia a oídio, lo que “permite al agricultor reducir costes en lo que a tratamientos fitosanitarios se refiere y obtener un cultivo con menor incidencia de plagas”, explica José Luis Ruipérez, responsable de pepino y pimiento de RZ.

Pradera RZ es, además, una variedad muy recomendada para primavera porque “es un cultivo muy precoz, lo que implica que, en poco tiempo, la planta es muy productiva y ofrece una alta cantidad de kilos”. Asimismo, entre el 40% y el 60% de la producción se encuentra en el rebrote, por lo que es importante que en el mismo la variedad dé un tamaño apropiado, algo que Pradera RZ ha demostrado y, al mismo tiempo, “ha logrado con ello satisfacer las demandas del mercado”.

Finalmente, Pradera RZ cuenta con una planta muy equilibrada, que no muestra altibajos a lo largo del ciclo. Además, su manejo es muy fácil para el agricultor y una de las grandes ventajas que tiene este material es que la raíz de la planta es muy fuerte. En cuanto al fruto, éste es de color negro y con una textura acanalada que lo hace muy llamativo.

SEGUNDO CICLO

La superficie de tomate de primavera creció un 1,6 % durante la última campaña

■ I. F. G.

La superficie de tomate de primavera creció un 1,6 % durante la pasada campaña, según refleja el 'Análisis de la Campaña Hortofrutícola de Almería. 2011/2012', elaborado por el Servicio de Estudios de la Fundación Cajamar. La cifra no es especialmente significativa, pero, según recoge este informe, sí "es reseñable que tras dos campañas de estabilidad se haya producido un cambio en positivo".

Este cambio en positivo al que hacen referencia desde la Fundación Cajamar no sólo se produjo en el caso del tomate, sino que también los dos cultivos tradicionales de la primavera, como son el melón y la sandía, vieron crecer su superficie, en especial, el segundo, que experimentó un incremento del 11,9 % en su número de hectáreas. Según explica el citado informe, este importante aumento en la superficie de sandía pudo deberse, fundamentalmente, "al buen comportamiento comercial que tuvo en la campaña anterior, principalmente la sandía sin semillas", ya que, para Cajamar, "las variedades tradicionales con semillas son cada vez más difíciles de colocar en el mercado".

En última instancia, esta mayor superficie destinada durante el pasado ejercicio tanto al

melón como a la sandía y al tomate responde, fundamentalmente, a "una creciente tendencia del agricultor al doble ciclo" como fórmula, en la mayoría de los casos, para "obtener el máximo de ingresos posibles". Y es que, en unos años en los que la renta de los productores se ha visto especialmente mermada, cualquier fórmula es buena para conseguir incrementar, en la medida de lo posible, los ingresos.

OTRAS ALTERNATIVAS

Si bien es cierto que el informe de la Fundación Cajamar destaca los casos de melón, sandía y tomate como los cultivos que, durante la pasada campaña, vieron crecer su superficie en plantaciones de primavera, también lo es que hay agricultores que, año tras año, y el pasado no iba a ser menos, optan por, por ejemplo, dos ciclos de calabacín. Ésta es una hortaliza que cuenta, a priori, con menores gastos para la puesta en marcha de la plantación y que, si todo va bien, podría llegar a obtener buenas cotizaciones. En cualquier caso, el cultivo de calabacín durante la pasada primavera se mantuvo estable, apenas un 0,5 % más de hectáreas, según Cajamar, lo que podría venir a demostrar que sus productores son fieles a un cultivo que, en los últimos años, se ha convertido en refugio.

LOS NÚMEROS DE 2011/2012

Las exportaciones entre marzo y junio supusieron el 40 % del total del ejercicio

■ I. F. G.

La provincia exportó entre marzo y junio pasados 792.476 toneladas de producto, el 40 % del total de las exportaciones almerienses durante la pasada campaña, la 2011/2012, según se desprende del último 'Análisis de la Campaña Hortofrutícola de Almería', elaborado por el Servicio de Estudios de la Funda-

ción Cajamar. Entre los productos más comercializados en el exterior en estos meses destacan, sobre todo, los incrementos de tomate, pimiento y calabacín en el mes de mayo. Asimismo, junio destacó por ser uno de los meses del año, junto con enero y febrero, en los que la cantidad exportada, los precios medios y el importe final facturado arrojaron saldos positivos.

PROPUESTAS PARA TODOS LOS AGRICULTORES



■ Baezal es un pepino corto, tipo Cornichón, que ofrece el máximo color durante todo el ciclo productivo.

La oferta de Semillas Fitó para cultivos de primavera se centra en pepino, tomate, melón y sandía

En pepino destacan *Baezal, Mitre y Benito*, en tomate, *Byelsa*, en melón, *Indálico y Malerva*, y en sandía, *Toro y Merisín*

■ CIA

En pepino, la principal novedad de Semillas Fitó para esta campaña es el 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 espinas y una excelente postcosecha.

En pepino holandés destaca Mitre, recomendado a partir del 15 de febrero. Mitre tiene un buen comportamiento frente a virus como los de 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. También en pepino holandés, Benito es una variedad adaptada para ciclo corto, muy productiva y su fruto es oscuro y acanalado. Además, no genera cuello de botella.



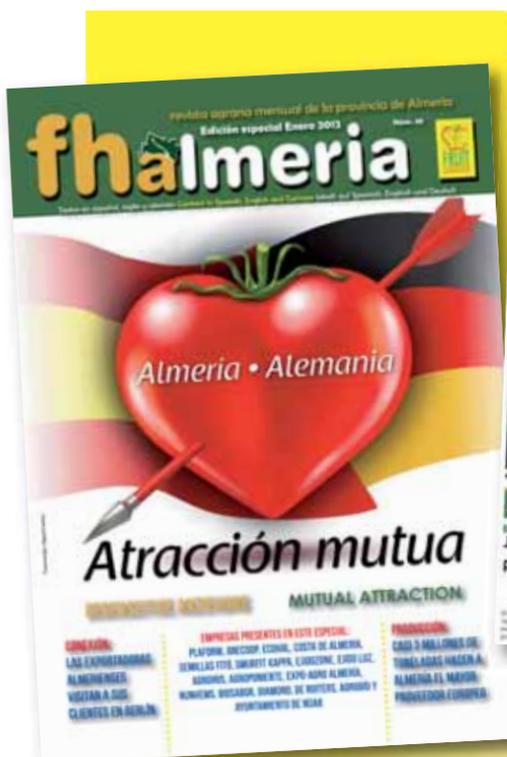
■ Byelsa es un tomate pera homogéneo durante todo el año y con buen color.

En tomate para primavera, Semillas Fitó recomienda Byelsa, una variedad muy estable que siempre responde de la misma forma, con el mismo buen porte de planta, una gran productividad y una excelente calidad del fruto. Byelsa es un tomate pera resistente al calor, con un calibre grueso y homogéneo durante todo el año y con muy buen color. La planta es vigorosa, de entrenudo corto y buena cobertura foliar, con gran fa-

cilidad de cuaje con calor. El fruto es largo, sin cuello verde, de color rojo muy intenso, buena dureza y una gran conservación postcosecha. Además, tiene una altísima tolerancia al Blossom End Rot y al virus de la cuchara (TYLCV).

Por último, cabe mencionar las conocidas variedades de melón amarillo Indálico y Malerva, que lideran este segmento del mercado, y las variedades de sandía Toro y Merisín.

Especial ASÍ FUE 2012...



Enero 2012



Febrero 2012



Marzo 2012



Abril 2012



Mayo 2012



Junio 2012



Julio 2012



Septiembre 2012



Octubre 2012



Noviembre 2012



Diciembre 2012



Anuario 2012

EL AÑO COMENZÓ MUY FRÍO



Las heladas sufridas dañaron el campo

DESASTRE. La ola de frío se cebó con la provincia almeriense y, de hecho, las organizaciones agrarias contabilizaron en torno a 4.000 hectáreas afectadas, no sólo de cultivos bajo abrigo, sino también de plantaciones al aire libre como lechuga, brócoli, cítricos, habas o alcachofas. De hecho, tanto desde ASAJA como desde COAG lamentaron que gran parte de los agricultores afectados no tenían un seguro que pudiera cubrir los daños producidos en sus plantaciones, por lo que las pérdidas económicas fueron bastante considerables.



HORTYFRUTA presenta 'We Care, You Enjoy'

FOMENTO. La Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA) presentó la campaña de promoción 'We Care, you Enjoy' con la que se pretendía restaurar la confianza del consumidor europeo.



CITA INELUDIBLE. Fruit Logistica fue, un año más, el centro de atención del sector hortofrutícola a nivel mundial. En esta edición, el número de expositores fue algo menor en comparación con el año anterior, pero lo que sí hubo fue más ganas de hacer negocio.



EXPO AGRO. La exconsejera de Agricultura, Clara Aguilera, junto a presidente del Comité Organizador de Expo Agro, Miguel López, tuvo la oportunidad de presentar la XXVII edición de la feria en uno de los mejores escaparates del sector, Fruit Logistica.



ACUERDO. La ratificación por parte del Parlamento Europeo (PE), el pasado 16 de febrero del acuerdo entre la Unión Europea (UE) y Marruecos provocó una gran desolación en el sector hortofrutícola porque sus consecuencias vendrían a agravar la pérdida de empleo y la crisis en España.

NUEVOS RETOS Y PROYECTOS



Constituido el Comité Técnico de restos vegetales

REUNIÓN. El pasado 9 de marzo se celebró en el Ayuntamiento de El Ejido la primera reunión del Comité Técnico para el tratamiento de restos vegetales. Se trataba de una iniciativa que surgió en el seno del Consejo Municipal Agrario, ante la inminente necesidad de solucionar un problema existente en el municipio y en toda la provincia desde hace más de una década. El Comité lo constituyen la Universidad de Almería (UAL), el IFAPA, la Fundación Cajamar, personal técnico de la Diputación de Almería, del Consorcio de Residuos Sólidos del Poniente y del propio Ayuntamiento ejidense.



RELEVO. Miguel Blanco se convirtió en secretario general de COAG durante los cuatro años siguientes y lo hizo en el marco de la XIII Asamblea General. Este apicultor zamorano tomaba así el relevo Miguel López, cara visible de COAG durante la última década.



Agricultura pierde un 31'2 % de su presupuesto en 2012

MENOS. El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente ha contado en 2012 con un presupuesto de 1.932 millones de euros, lo que supone un descenso del 31,2% con respecto a anteriores Presupuestos Generales del Estado.



MEJORANDO. La rentabilidad del pimiento almeriense creció un 52% en la campaña 2010/2011 según los datos de la Delegación Territorial de Agricultura. De hecho, la rentabilidad por metro cuadrado de este cultivo pasó de apenas 3'74 euros en el ejercicio 2009/2010 a 5'68 euros por metro cuadrado.



FERIA AGRÍCOLA. La exconsejera de Agricultura, Clara Aguilera, fue la encargada de inaugurar la XXVII edición de Expo Agro Almería, una feria que logró atraer a más público que en ediciones anteriores, pero que contó con menos expositores participantes.

NUEVO REPRESENTANTE POLÍTICO DEL CAMPO



Griñán nombra a Luis Planas consejero de Agricultura

REPITE. Después de nueve años, Luis Planas repite en el cargo de consejero de Agricultura, en esta ocasión también de Pesca y Medio Ambiente. Tras el anuncio de su predecesora en el cargo, Clara Aguilera, de no querer optar a repetir en la Consejería, el presidente de la Junta de Andalucía, José Antonio Griñán, eligió a Planas para defender el sector primario andaluz dentro y fuera de la Comunidad Autónoma. Su labor dio comienzo el día 7 de mayo y viajó de momento a Almería para interesarse por los problemas de agricultores y ganaderos de la provincia.



ExpoLevante reúne a 90.000 personas en su última edición

NUEVO ÉXITO. La última edición de ExpoLevante, que se celebró entre los días 9 y 12 de mayo, reunió a casi 90.000 personas en el Centro de Congresos y Exposiciones de Campohermoso, Níjar.



NUEVA DELEGACIÓN DE SEMILLEROS EL PLANTEL. El pasado 4 de mayo, Semilleros El Plantel inauguró una delegación en Vícar. El éxito cosechado en San Isidro, La Mojонера, San Agustín o Dalías también lo está logrando en sus últimas instalaciones.



UNA PUERTA AL FUTURO. Científicos de nueve centros de investigación obtuvieron este verano el genoma completo del melón, lo que permitirá avanzar en la mejora genética de esta especie para producir variedades más resistentes y de mejor calidad.



EL CALABACÍN SE CONFIRMA COMO LA TERCERA HORTALIZA MÁS PRODUCIDA. La falta de rentabilidad de las últimas campañas ha provocado que muchos agricultores opten por cultivar esta cucurbitácea que presenta un coste menor de producción que el pimiento o el tomate.

NUEVO INCENDIO



La planta de reciclaje Albaida ardió de nuevo

OTRA VEZ. El pasado 8 de agosto, en buena parte de la comarca del Poniente, se volvió a respirar un fuerte olor a humo. La planta de reciclaje de restos vegetales agrícolas Albaida volvió a arder, en esta ocasión tan solo nueve meses después de la última vez. Las organizaciones agrarias exigieron, de inmediato, sanciones ejemplares y la devolución de todo el dinero que habían pagado los agricultores para la buena gestión de sus residuos. La Junta de Andalucía encargó la misma semana una investigación para esclarecerlo todo.



Costa de Almería le compra Cehorpa al gigante Agrupaejido

CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA. La primera semana del mes de agosto, tras tres meses de negociaciones, se confirmó la adquisición de Cehorpa, de Agrupaejido, por parte de Hortofrutícola Costa de Almería.



NUEVO DELEGADO TERRITORIAL DE AGRICULTURA. El pasado 31 de julio, el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía aprobó el nombramiento de José Manuel Ortiz Bono como nuevo delegado territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente.



EL CONSEJERO SE COMPROMETE CON LA BALSA DEL SAPO. Apenas cuatro semanas después de su elección, el consejero de Agricultura, Luis Planas, visitó el humedal de la Balsa del Sapo y prometió la ampliación de la capacidad de evacuación.



LA IGP TOMATE LA CAÑADA ENTRA EN VIGOR. El pasado 29 de junio Europa aceptó oficialmente la IGP Tomate La Cañada. La organización, además, cuenta desde el pasado mes de noviembre con un nuevo integrante, Biosabor, con lo que ya suma un total de siete.

COMENZÓ UNA NUEVA CAMPAÑA



Cajamar pone 400 millones a disposición del campo

APOYO. Cajamar Caja Rural anunció que destinaría 400 millones de euros a la financiación de unos 8.000 agricultores en la campaña agrícola 2012/2013, que empezaba ya a funcionar. La entidad bancaria almeriense demostraba, de este modo, su apoyo incondicional al principal sector productivo de la provincia. Sólo hasta finales de agosto, Cajamar Caja Rural ya había aprobado la financiación de campaña para 1.500 agricultores, cuyos préstamos ascendían a 140 millones de euros. El plazo para pedir financiación finalizaba en diciembre.



CLIMATOLOGÍA. A las lluvias de finales de agosto se sumó la gota fría en el mes de septiembre, que arrasó cultivos de brócoli, lechuga o alcachofa, entre otros, en el Levante provincial. Las primeras estimaciones apuntaban a pérdidas de hasta 33 millones.



Almería volvió a brillar en Fruit Attraction

LÍDERES. La provincia lideró, un año más, la participación andaluza en Fruit Attraction. Con casi cuarenta empresas presentes, Almería demostró su poderío como productora y comercializadora de frutas y hortalizas.



DIFICULTADES. Nada más arrancar el nuevo ejercicio, desde ASAJA-Almería lamentaron que, en la campaña 2012/2013, los agricultores tendrían que hacer frente a un incremento de sus costes de producción del 15 %.



INNOVACIÓN. Rijk Zwaan Ibérica inauguró, en su sede de El Aquían, dos nuevos laboratorios, uno de Fitopatología y otro de Biología Celular, con los que ponía de manifiesto su firme apuesta por la innovación y la investigación al servicio del sector agrícola y, sobre todo, del agricultor.

UN FINAL DE AÑO CONVULSO



COEXPHAL dio marcha atrás y se mantuvo en HORTYFRUTA

UNIDAD. La intención de COEXPHAL de abandonar la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA) cayó como una bomba en el sector. Durante el mes que tardó la Asociación en dar marcha atrás, las críticas hacia su gerente, Juan Colomina, quien propusiera el abandono en la Asamblea General celebrada en Pulpi, fueron una constante. Este amago de COEXPHAL de abandonar HORTYFRUTA le costó a la Asociación la pérdida de su mayor socio, CASI, que se fue criticando la “extralimitación” de Colomina en sus funciones.



Cajamar cifró en un 0'5 % el aumento de los precios

INFORME. Cumpliendo con la tradición, la Fundación Cajamar presentó su nuevo ‘Análisis de la Campaña Hortofrutícola de Almería. 2011/2012’, que cifraba en un 0'5 % el aumento de los precios en esa campaña.



VISITA A ALMERÍA. El nuevo incumplimiento de Marruecos del Acuerdo de Asociación con la UE hizo caer los precios del tomate casi un 40 %. El consejero de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, Luis Planas, exigió a la UE más control de las importaciones.



PROTESTAS. COAG se moviliza frente al Ministerio de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente contra el Comité Mixto Hispano-Marroquí que se celebraba en Madrid. La reacción del Ministerio fue prohibir a la organización agraria participar en el encuentro.



SOLUCIONES. Tras el revuelo generado en torno a la posible salida de COEXPHAL de HORTYFRUTA, la Asociación celebró una nueva Asamblea General Extraordinaria y acordó que fueran sus socios los que pagasen la cuota a la Interprofesional. Su pertenencia a HORTYFRUTA se volvería a estudiar en un año.

El futuro está en nuestras manos

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

iAgricultor! 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.



Noticias

REUNIÓN

Arias Cañete deja fuera a COAG del Comité Hispano-Marroquí hortofrutícola

El Ministerio desconvoca a la organización agraria por movilizarse en contra del Comité, tan solo horas antes de que tuviera lugar

■ Rafa Villegas

El pasado 14 de diciembre tuvo lugar en la sede del Ministerio de Agricultura una nueva reunión del Comité Mixto Hispano-Marroquí de Frutas y Hortalizas con una notable ausencia. Se trata de la organización agraria COAG, a la que desconvocaron la jornada anterior a su celebración alegando que “habida cuenta de que COAG manifiesta intereses distintos y contrarios a los de la reunión, entendemos que no procede ni sería coherente mantener la convocatoria que se realizó inicialmente a esta organización para participar en dicha reunión”.

La organización agraria se movilizó, no obstante, como tenía previsto, en la puerta del Ministerio. Para sus representantes, no se entiende “el interés del Gobierno español por negociar con un país que incumple sistemáticamente los protocolos firmados, en cuanto a contingentes y a precios de entrada, ocasionan-



■ Reunión del Comité Mixto Hispano-Marroquí de Frutas y Hortalizas del pasado 14 de diciembre. /FHALMERIA

do un serio perjuicio a los agricultores españoles al provocar el derrumbe de los precios que se pagan por sus productos”.

Para el secretario provincial de COAG-Almería y responsable estatal de Frutas y Hortalizas en la organización agraria, Andrés Góngora, “lo que tiene

que hacer Arias Cañete es exigir a la Unión Europea que se cumpla el Acuerdo y actuar para que se respeten todos los requisitos fitosanitarios y arancelarios”. Góngora ha asegurado, además, que “con este tipo de cumbres, lo que se consigue es que Marruecos logre respaldo en

sus pretensiones de obtener una situación privilegiada en el contexto de la UE, como ya se ha planteado con la posibilidad de acceder a fondos de desarrollo rural o con el Estatuto Avanzado”.

El ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente es-

pañol, Miguel Arias Cañete, y el ministro de Agricultura y Pesca Marítima de Marruecos, Aziz Akhannouch, presidieron el encuentro. Por parte española, participó la secretaria general de Agricultura y Alimentación, Isabel García Tejerina, entre otros altos cargos.

ASAJA y UPA instan al país alauita a cumplir el acuerdo

ASAJA ha recordado en el Comité Mixto de Frutas y Hortalizas que la entrada masiva de producto marroquí por debajo del precio mínimo establecido en el acuerdo “ocasiona la pérdida inmediata de valor de los productos hortícolas españoles y el hundimiento del mercado”. “Vender por debajo de los precios de entrada no es rentable ni para los productores de Marruecos ni por supuesto para los de Almería”, ha afirmado Francisco Vargas, responsable estatal de Frutas y Hortalizas de ASAJA, al término de la reunión.

UPA exigió garantías para los agricultores españoles para que “podamos competir en un mercado justo y transparente”.

ESTRATEGIA CREATIVA

El sector cuenta ya con nuevas formas de comunicación gracias al código QR

■ R. V. A.

Estrategia Creativa está desarrollando un sinfín de opciones para que las empresas del sector agrícola puedan ofrecer nuevas formas de comunicación y atracción con los clientes. Para ello, la empresa almeriense está proponiendo usos muy interesantes de los denominados códigos QR.

Estos códigos, que se leen con la aplicación adecuada desde

cualquier teléfono móvil de última generación y son muy baratos, pueden, por ejemplo, ser útiles para informar al consumidor de todas las normas de seguridad alimentaria que ha seguido el producto o incluso llevarlo a conocer toda la trazabilidad del mismo, incluida la finca de la que ha salido el producto.

Miguel Nieto, de Estrategia Creativa, considera que “dado que los códigos QR nos ofrecen

tantas posibilidades no hay que limitarse a enlazarlos con una web, ya que podemos, por ejemplo, hacer que nos lleven a test sobre el producto y diferentes promociones. Para crear el vínculo con el cliente hay que renovar continuamente los contenidos, por ejemplo una vez a la semana o cada quincena, cuando calculemos que vuelve a comprar la ama de casa”. El QR puede llevar los colores corporativos y estar en varios soportes.



■ Ejemplo de código QR de Estrategia Creativa. /FHALMERIA

CAJAS PARA AGRICULTURA

Plásticos Alboram apuesta por la calidad, la atención al cliente y la inmediatez como claves para el éxito

La empresa fabrica en su planta de El Ejido las cajas que más se adaptan a las necesidades de las empresas de Andalucía

■ Isabel Fernández

Plásticos Alboram apuesta por la calidad, la atención al cliente y la inmediatez a la hora de servir a sus clientes como claves para alcanzar el éxito. Así lo explica José Ángel González, adjunto a la Dirección, quien señala que, gracias a su fábrica de El Ejido, “intentamos luchar contra la inmediatez”. En este sentido, apunta que “estamos cerca del cliente” y, precisamente por ello, porque saben cuáles son sus gustos y necesidades, “podemos anticiparnos”, dando cumplimiento, de este modo, a otra de las máximas de la empresa: la atención al cliente.

Así, desde Plásticos Alboram se sirve a “las principales comercializadoras de Andalucía”, pero no sólo a ellas; también



■ José Ángel González y Claudio Greco, de Plásticos Alboram. /FHALMERIA

“abastecemos a otras regiones de España”. Las cajas tipo petit, cuneras, europeas y fondo perdido son las que se fabrican en Plásticos Alboram, ya que “son las que más se adaptan a la producción de Andalucía y, en especial, de Almería”. En esta línea, González comenta que, a la hora de la fabricación de las cajas, “somos 100 % ecológicos”. Y es que, en esta empresa,

“no se tira nada, todo se transforma”.

Así, la materia prima con la que fabrican esas cajas procede de tres fuentes: en primer lugar, “tenemos material virgen, que compramos a la petroquímica” y que se destina, fundamentalmente, a “cajas de circuito interno, como por ejemplo las que usan las alhóndigas, que no salen de la empresa y, por tanto,

no se estropean”. Una segunda materia prima es la que procede de las plantas de triturado; “nosotros compramos a recicladores”, señala. La tercera y última vía para obtener esa materia prima es la compra directa, por parte de la empresa, “a nuestros clientes, que a veces tienen cajas que se quedan viejas o rotas y que nosotros volvemos a triturar y a inyectar”. De este modo, desde la empresa consiguen darle un valor añadido a su producción.

José Ángel González se refiere, además, a los “estrictos controles de calidad” por los que han de pasar todos sus productos y que vienen a garantizar, cómo no, esa calidad que ofrecen al cliente. Es precisamente esta preocupación por el cliente la que ha hecho que, en los últimos años, “quienes empiezan a trabajar con nosotros perduran en el tiempo, y no sólo eso, sino que también estamos consiguiendo ampliar la cartera de clientes”.

Esta filosofía de trabajo es la que ha hecho que, desde su implantación en El Ejido, allá por el año 1996, Plásticos Alboram no haya hecho más que crecer. “Hemos ido creciendo en función de nuestras necesidades” afirma González, quien añade, además, que “ahora mismo estamos en situación de ampliar, debido al aumento de capacidad de producción”.

RIFIRRAFE CON EL PSOE

El Ejido estudia modificar el PGOU para instalar aerogeneradores

■ R. V. A.

El portavoz del equipo de Gobierno de El Ejido, José Francisco Rivera, ha rechazado la propuesta del PSOE ejidense de modificar el Plan General de Ordenación Urbana (PGOU) para facilitar la instalación de aerogeneradores que, según el principal partido de la oposición “supondrían un ahorro de entre el 30 y el 50 por ciento en la factura eléctrica para, por ejemplo, las comunidades de regantes”. Rivera ha asegurado que esto no es factible, sobre todo si se tiene en cuenta que “los aerogeneradores son de altos como el edificio Torrelaguna, unos cien metros de altura, lo que provocaría un impacto visual negativo y un jaleo de miedo”. Sin embargo, ha confirmado que, ya que “vamos a tocar un punto del PGOU, a raíz de la petición de una empresa que va a iniciar una serie de experimentos con aerogeneradores, si son un éxito haremos los cambios que estimemos”.

RECOMPENSA

Fitó premia a comercializadoras de Almería y Granada por sus tomates

■ CIA

El 14 de diciembre, el Centro de Biotecnología de Semillas Fitó en Cabrera de Mar, Barcelona, acogió la cata final para elegir el ganador del premio al Tomate del Año 2012. Un jurado profesional especialista en análisis sensorial y estudios de consumidores de frutas y hortalizas del IRTA eligió los ganadores de las tres categorías a concurso.

La cata se realizó sin conocer ni la variedad ni el productor de cada una de las 15 muestras de tomate finalistas, seleccionadas entre las 52 presentadas a concurso por algunos de los más destacados productores de tomate a nivel nacional. En este sentido, hay que destacar que quedaron finalistas empresas como Hor-

tales Pi, de Barcelona, con cuatro tomates en la final; productores líderes en Almería como Casi y Caparrós; o el productor Sebastian Picón, de Murcia.

En la categoría Cherry-cocktail (<35mm) ganó Eurocastell SAT, de Castell de Ferro (Granada), con la variedad Angelle, desarrollada por la empresa Syngenta. Para Emilio Maldonado, director de Calidad de Eurocastell, “este premio nos reafirma en nuestra línea de mejora de la calidad de los tomates a través del sabor. Llevamos años trabajando en este tema, ya que los consumidores ya no solo buscan una forma, un color y un tamaño adecuados, sino que quieren un buen sabor y que se mantenga a lo largo del tiempo”. Es importante destacar que, como nos dice el señor Maldonado, “el sa-

bor no solo depende de una buena variedad, sino también de una producción adecuada (abonado, prácticas culturales, etc.) y de una recolección en el momento justo de maduración”. Por último, nos comenta que Angelle, que comercializan bajo su marca La Caña Gold, “está triunfando en los supermercados de Escandinavia y Reino Unido por su mezcla perfecta entre baja acidez y alto nivel de grados brix”.

En la Categoría Píntones-Especialidades ganó el premio la empresa Agromazorque 21 con su tomate marca Iberiko de la variedad Moresco, de Eugen Seeds Srl. Según José Antonio Ramón Garrido, director gerente de Agromazorque 21, este premio “es una oportunidad para dar a conocer y vender mejor nuestro tomate Iberiko, de la gama Delicias 21,



■ El jurado profesional que realizó la cata. /FHALMERIA

con el valor añadido de que hemos competido con productores muy fuertes de Almería y el resto de España”.

En la categoría de tomate Rojo-Liso ganó Unica Group con un tomate de su gama Sabor (en este caso, Ramo Sabor) con la marca Tomazur, que corresponde a esta variedad de la compañía Enza Zaden. Para José Martínez Portero, presidente de Unica Group, “el concurso es una iniciativa muy acertada ya que los consumidores exigen cada día más y

hay que trabajar en esta línea de calidad y sabor, diferenciándonos a través de marcas exclusivas”. Para Portero, “con Tomazur hacemos una línea de tomates con volúmenes no muy grandes, para no saturar el mercado, distribuido sólo a supermercados y donde prima la calidad, desde el envase especial, pasando por la presentación de este tomate ramo de rojo intenso y calibre pequeño y con un sabor excelente, que es lo que gusta al consumidor”.

JORNADAS TÉCNICAS

Nunhems muestra Almanzor F1 a 200 técnicos y productores en El Ejido y Adra

Este piel de sapo manchego para invernadero destaca por su gran conservación y sabor, ya que "recuerda al melón de antes"

■ José Antonio Gutiérrez

Nunhems ha presentado su variedad Almanzor F1 a los productores de Almería, un melón piel de sapo manchego para invernadero de cultivo en ciclo temprano. En torno a unos 200 productores y técnicos se dieron cita en El Ejido, el pasado 11 de diciembre, y un día después en Adra, para conocer las características fundamentales de esta variedad.

Mercedes Fernández, responsable comercial de melón y sandía de Nunhems, describió a Almanzor F1 como "el manchego para Almería, de escriturado longitudinal y tono de piel acara-



■ Jornada técnica celebrada en El Ejido. /FHALMERIA

melado". Este piel de sapo de Nunhems posee, además, altos niveles de grados Brix y se mantiene en perfecto estado varios días después de la recolección, incluso un mes, lo que le permite una

fácil comercialización en cualquier tipo de mercado.

Almanzor F1 es una variedad diseñada especialmente para invernadero y, tal y como comentó Mercedes Fernández, "este me-

lón recuerda los sabores y la textura de las variedades de antes". Su producción es alta y concentrada, gracias a que desarrolla una planta de buen vigor, saludable hasta el final del cultivo y con alta resistencia al oídio. El tamaño del fruto oscila en torno a los 3,5 kilos, con piezas que van de los calibres 3 al 5. Tal y como recordó la responsable de sandía y melón de la empresa de semillas, "el 95 % de su producción es comercial".

Almanzor F1 se recomienda para ciclo medio y siembras en febrero. Fernández añadió que "el agricultor repetirá por la seguridad que le da plantar esta variedad", así como porque es fácil de cultivar y, además, muestra un excelente balance planta-fruto en invernadero.

Por último, Mercedes Fernández afirmó que la mejor baza tanto para comerciantes como para el consumidor final es que "recuerda al melón de antes".

ACUERDO

El sector del manipulado tiene un nuevo convenio dos años después

■ I. F. G.

Tras largas y arduas conversaciones, sindicatos y patronal alcanzaron por fin un acuerdo para renovar el convenio colectivo del sector del manipulado. En este sentido, según explicó Juan Sola, secretario general de la Federación de Trabajadores Agroalimentarios (FITAG) de UGT-Almería, al final, se ha acordado mantener el plus de transporte "que la patronal quería quitar" y, además, la propuesta de los empresarios de que los empleados trabajaran cinco días festivos de forma obligatoria ha quedado en "voluntaria y siempre pagando el festivo como doble". Junto a esto, se ha acordado una subida salarial del 0'6 % el primer año, del 0'6 % el segundo y de un 0'8 % en el tercer y último año de vigencia del nuevo convenio, que se extenderá hasta 2015.

Ejido Luz S.C.A.

SERVICIO, CONTINUIDAD,
RELACIÓN CALIDAD-PRECIO

pimiento



pepino



calabacín



melón



sandía



berenjena



tomate



ANECOOP

INNOVACIÓN

Semilleros El Plantel da a conocer en El Ejido las múltiples ventajas de su técnica de injerto con 'Corte Total'

La cita tuvo lugar el pasado 13 de diciembre en un salón de Ejidohotel, donde asistió un nutrido grupo de agricultores de Murgiverde

■ Rafa Villegas

Semilleros El Plantel ha mostrado en El Ejido las características del injerto de sandía y melón con 'Corte Total' que le han llevado a cosechar un gran éxito entre los productores que encargan sus plántulas en las instalaciones que tiene la empresa en San Isidro, Vúcar y La Mojónera, donde llevan a cabo esta innovadora técnica.

Para ello, El Plantel convocó el pasado 13 de diciembre a un nutrido grupo de productores pertenecientes a la cooperativa Murgiverde en un salón de Ejidohotel. La charla corrió a cargo de David Sánchez, técnico de la empresa en la zona de Níjar, quien informó acerca de todas las ventajas que se obtienen con el injerto con 'Corte Total' en com-



■ David Sánchez en un momento de la exposición. /FHALMERIA

paración con el tradicional. Se diferencia, por ejemplo, en que la unión de las cucurbitáceas es total, lo que significa que se cierra un foco de entrada para enfermedades y otros patógenos. Además, El Plantel ha demostrado que con el 'Corte Total' se reduce en un 50 por ciento el oídio, se obtiene una mayor masa radicular y una mayor vigorosidad de la plántula. Del mismo

modo, se garantiza la imposibilidad de producirse franqueamiento por la perfecta unión que se produce, que no permite el paso de raíces. Finalmente, entre el injerto tradicional y el de 'Corte Total', éste último evita su rotura durante el proceso de manipulación y, lo más importante, como ha explicado Rodríguez, "se garantiza una recolección más temprana", esto se debe

a que la planta cuenta con un muy buen fluido de sabia y de nutrientes y, además, crea una raíz completamente nueva, lo que la hace mucho más resistente a cualquier ataque.

¿CÓMO SE REALIZA?

El injerto de 'Corte Total' se realiza seccionando totalmente la raíz de ambas plantas con una inclinación entre 60 y 65 grados. Una vez seccionadas, se procede a la unión de los tallos y a su completa inmovilización mediante una pinza o clip, que debe asegurar un correcto apriete con el fin de permitir el intercambio de la savia de ambas plantas. Con esta decapitación de la raíz lo que se consigue es eliminar esa zona más vieja y crear una nueva y más potente.

Seguidamente, se procede a plantar el injerto en bandejas cuyo sustrato es específico para facilitar el enraizamiento de la calabaza. A continuación, las bandejas se introducen en las cámaras, donde pasan entre cinco y siete días a una temperatura y humedad óptima para facilitar el enraizamiento de la calabaza y el prendimiento del injerto.

Finalmente, una vez concluido el proceso de unión, se procede a trasplantar el injerto a una bandeja más grande, la cual será entregada al cliente. De esta manera se consigue generar más vo-

lumen de raíz y que sea siempre, durante todo el proceso, una raíz nueva.

AÑOS DE EXPERIENCIA

El gerente de Semilleros El Plantel, Manuel Escudero, ha señalado que "son ya casi cinco años injertando con 'Corte Total' para el público, con tres más de experiencia en campo, lo que nos ha permitido depurar perfectamente esta técnica".

En cuanto a la evolución de los injertos, David Sánchez ha señalado que todo comenzó "con la intención de solucionar el problema del fusarium, si bien las soluciones que llegaron no lo erradicaron del todo, incluso han llegado a surgir otros inconvenientes". Es entonces cuando Semilleros El Plantel, que tiene como exigencia buscar la mejor solución para el productor, empieza a trabajar la técnica de 'Corte Total'.

Lo cierto es que, como ha asegurado Sánchez, "tenemos experiencia de sobra demostrada, ya que injertamos, teniendo en cuenta todos nuestros semilleros, unos cinco millones de plántulas con 'Corte Total', así que algo bien estaremos haciendo cuando trabajamos tanta cantidad y seguimos creciendo día a día. Si cada campaña repiten con nosotros y sumamos más agricultores es por algo".

TAMBIÉN PARA FAMILIARES DE TRABAJADORES

Smurfit Kappa y la Junta promueven la cultura de la prevención en la empresa

■ CIA

La Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía y Smurfit Kappa colaboran en un proyecto pionero de promoción de la cultura preventiva en el marco del cual se desarrolló en la planta que la empresa tiene en Vúcar, una jornada de convivencia y sensibilización dirigida a sus trabajadores y sus familiares, a la que asistieron el director general de Seguridad y Salud Laboral de la Junta, José Antonio Amate; la delegada territorial de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo del Gobierno autonómico, Adriana Valverde; el alcalde de Vúcar, el socialista Antonio Bo-

nilla; así como el gerente de la empresa fabricante de papel para embalaje, Miguel Hernández.

Unas 120 personas, entre trabajadores de la planta vicaria y sus familiares, participaron en la jornada, que incluyó una sesión de sensibilización sobre los accidentes domésticos para los adultos, una charla sobre prevención de riesgos con juegos y concursos para los más pequeños -basada en la campaña 'Aprende a crecer con seguridad', que desarrolla cada año la Junta en centros escolares-, y una visita guiada a la empresa para los participantes, con el fin de conocer las medidas preventivas dispuestas dentro de la fábrica.

LA PRIMERA EN LA COMARCA

MedHermes cierra con éxito su jornada de puertas abiertas en el Poniente

■ CIA

El pasado 4 de Diciembre, semilleros Med Hermes celebró sus primeras jornadas de puertas abiertas en el área del Poniente almeriense con una gran asistencia de agricultores. Este evento fue la ocasión perfecta para dar a conocer aún más el proyecto en la zona y presentar sus nuevas variedades de tomate. Los presentes pudieron conocer, en concreto, Gregory, Ares y Clizia.

Gregory es un tomate cherry para recolección en rama, con elevada resistencia al cracking y una elevada LSL. Por su parte, Ares es un tomate pera para recolección en suelto, aunque también puede ser recolectado en rama, de color rojo intenso y un tamaño aproximado de 100



■ Momento de la Jornada. /FHALMERIA

gramos. Igualmente, cabe destacar Clizia, un tomate tipo beef de gran calibre (180-200 g), para recogida individual o en racimo. Caracterizado principalmente por su excelente vida post-cosecha e intenso sabor.

También en la visita se pudo ver otra de las ya conocidas va-

riedades de tomate de MedHermes, concretamente Sharek, una variedad muy productiva de tomate tipo pera para recogida en racimo. Se caracteriza por presentar muy buena uniformidad en la maduración, dando lugar a frutos de calibre intermedio (120 g), intenso sabor y perfecta conservación tras la recolección.

Durante la visita, los asistentes pudieron hablar e intercambiar impresiones con el personal técnico de la empresa, entre los que se encontraba el gerente general Alfredo Amoroso.

Tras la visita a los invernaderos, los asistentes compartieron una comida con los miembros del equipo técnico y comercial de MedHermes, dispuestos a aclarar cualquier duda acerca de sus variedades.

KOPPERT

Swirski LD garantiza mayor rentabilidad en pepino de invierno con lucha integrada

■ CIA
 “El control biológico en pepino con Swirski LD es el más rentable”. Así lo afirman desde Koppert y explican que, gracias a este nuevo producto, han logrado dar respuesta a uno de los principales problemas que se encontraban los agricultores de pepino, como es “la bajada de actividad de los sobres de A. swirskii después de tres o cuatro semanas colocados en el cultivo”. En esta línea, matizan que, hasta ahora, “los ácaros de A. swirskii que habían salido del sobre se dispersaban sobre la hojas, pero, por falta de comida, aplicaciones de fungicidas y el frío, perdían efectividad”, luego “la solución hasta ese momento era la recolocación de sobres nuevos”.

Swirski LD (larga duración) permite, sin embargo, que los ácaros empiecen a salir del sobre inmediatamente después de su colocación en el cultivo y que esa salida se prolongue durante un mínimo de ocho o 10 semanas. Asimismo, la reproducción del A. swirskii se ve menos afectada por las temperaturas frías del invierno y la cantidad total de depredadores que saldrá del sobre será entre un 50 % y un 100 % mayor. El “secreto” para que esto sea así, según Koppert, es que los ácaros presa que hay dentro del sobre son totalmente distintos a los del sobre están-

dar. De este modo, “el sistema de producción de A. swirskii basado en una combinación de ácaros presa ‘CI’ y ‘Ld’ garantiza un arranque inmediato, una larga duración y una preparación frente a diferentes condiciones climáticas”. El uso de estos ácaros presa ha sido investigado, desarrollado y patentado por el equipo de I+D de Koppert.

Swirski LD es un sobre de larga duración que evita, entre otras cuestiones, tener que reforzar las poblaciones de A. swirskii en el cultivo de pepino. Además, según apuntaron desde Koppert, si bien es cierto que la aplicación de fungicidas puede matar a los ácaros que hay en las hojas de las plantas, también lo es que “no mata los que hay en el sobre, que volverán a colonizar de nuevo las hojas”. Junto a esto, durante los días de frío, la actividad tanto de las plagas como del A. swirskii se ralentizan, pero no la actividad en el interior del sobre, donde “siempre hay comida a disposición del A. swirskii”.

Desde Koppert recomiendan la colocación de un sobre cada dos plantas, como mínimo. “La puesta de un sobre en cada planta puede adelantar el establecimiento del ácaro de una semana a 10 días pero, luego, una vez que las hojas se tocan, este hecho no supone mejora alguna, ya que los ácaros circularán libremente por todo el cultivo”.

DATOS POSITIVOS

El valor de la producción de uva de mesa crece un 9 % en esta campaña

■ I. F. G.
 El valor de la producción de uva de mesa en la provincia ha crecido un 9 % esta campaña con respecto a 2011, según recogen los datos hechos públicos por la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente. De este modo, el sector ha alcanzado una facturación cercana a los 884.000 euros por la venta de

2.531 toneladas de uva de mesa, un 2’14 % más que un año antes. Según el delegado territorial del ramo, José Manuel Ortiz, este aumento de la facturación se explica, en parte, por el incremento también de la producción, pero, sobre todo, por el aumento de los precios medios, que pasaron de 0’33 euros el kilo en 2011 a 0’35 euros el kilo en esta campaña agrícola.

EMPRESA



■ Desde su puesta en marcha, en la campaña 2000/2001, apostaron fuerte por la especialización. /FHALMERIA

Hortofrutícola La Ñeca es la mayor comercializadora de berenjena con 10 millones de kilos de producto al año

En total, en esta campaña, la empresa prevé poner en el mercado 15 millones de kilos de berenjena y calabacín, todo para exportación

■ Isabel Fernández

Hortofrutícola La Ñeca es la mayor comercializadora de berenjena de la provincia de Almería y, de hecho, anualmente, cuenta con unos 10 millones de kilos de esta hortaliza, que se destinan, sobre todo, a exportación. En total, en esta campaña 2012/2013, según afirmó su presidente, Juan José Escobar, prevén comercializar 15 millones de kilos de calabacín y berenjena, hortalizas en las que están especializados desde que iniciaran su actividad en la campaña 2000/2001. En este sentido, Escobar afirmó que “somos la empresa de Almería que más berenjena hace”, ya que “tenemos género en primavera, en otoño y en invierno”. Para ello, cuentan con unos 100 agricultores asociados que producen, en total, unas 90 hectáreas de berenjena y unas 50 de calabacín.

En el caso concreto de la berenjena, en esta campaña, Escobar comentó que han apostado por una variedad en concreto, Thelma RZ, de Rijk Zwaan, una berenjena que, a su juicio, “tiene menos trabajo, es más consistente y aglutina más kilos en invierno que otras variedades”; pero, sobre todo, para esta



■ Juan José Escobar, presidente de Hortofrutícola La Ñeca. /FHALMERIA

empresa con vocación exportadora, la mejor cualidad de Thelma RZ es que “tiene una postcosecha más larga”.

Con respecto al destino de ambas producciones, el presidente de Hortofrutícola La Ñeca apuntó que “todos nuestros mercados son de exportación”. Así, exportan a Francia, que es su principal cliente, pero también a Alemania, Holanda, Inglaterra, Italia, Rusia, e incluso, a los países nórdicos, como Finlandia. Para llegar a todos estos lugares, la clave está en la calidad y, por ello, en esta empresa han apostado fuerte por la lucha integrada en, prácticamente, todas sus producciones. En este sentido, Escobar afirmó que, “en berenjena, en torno al 98 % de nuestros agricultores usa lucha integrada, mientras que, en calabacín, hacemos toda la superficie”.

Esta calidad es también la clave para competir con otros orígenes, como por ejemplo Marruecos, pero no sólo con ellos. El presidente de Hortofrutícola La Ñeca indicó que la competencia se ha agudizado, incluso, en la propia provincia, donde, entre otras cuestiones, están aflorando, y mucho, los llamados ‘chiringuitos’. Estas ‘empresas’, a su juicio, “no juegan con las mismas cartas” y, al final, “pueden vender más barato”.

Por último, Juan José Escobar se refirió a la actual campaña que, de momento, “no va mal”. En cualquier caso, reconoció que la crisis hace mella y, de hecho, “el consumo se está retrayendo en todos los países”. Aún así, insistió en que, en este ejercicio, alcanzarán esos 15 millones de kilos comercializados.

Industria auxiliar

ENTREVISTA

CARLOS PALOMAR ■■■ DIRECTOR GENERAL DE AEPLA

“La nueva normativa sobre el uso de fitosanitarios cambiará el modo de trabajo de los agricultores”

Para Palomar, el nuevo Plan de Acción Nacional hará más complejos algunos procesos, pero supone una garantía de futuro

■ Isabel Fernández

Pregunta.- El Gobierno acaba de aprobar el Plan de Acción Nacional (PAN) para el uso sostenible de productos fitosanitarios, cumpliendo así con la directiva comunitaria sobre esta materia. ¿Cómo valora este paso?

Respuesta.- Valoramos positivamente los objetivos y muchas de las medidas que recoge, pues fomentan prácticas agrícolas más seguras para el aplicador, garantizando su protección y la del medio ambiente, así como la obligatoriedad de producir bajo técnicas de gestión integrada de plagas a partir de 2014. Sin embargo, incluye un alto número de indicadores que provocará que los informes de progreso sean complejos y extensos. Además, muchas medidas requerirán recursos para los que no se ha dotado presupuesto, por lo que repercutirá en las administraciones autonómicas o en los propios agricultores y puntos de venta. Desde AEPLA no estamos convencidos del detalle final, pues, salvo cambios en el proceso de desarrollo y acopio de recursos, generará burocracia, costes al sector y no observamos un reconocimiento de ese esfuerzo al sector o en el planteamiento de la nueva Política Agraria Común (PAC). Esperamos que la aplicación final y las revisiones equilibren la propuesta.

P.- ¿Qué vigencia tiene este PAN?

R.- El PAN tiene una vigencia de cinco años, con posibilidad de ser ampliado si fuera necesario, y abre la puerta a revisiones parciales que favorezcan su adaptación a las necesidades que surjan y la consecución de objetivos generales y específicos que se pretenden alcanzar, las medidas para cada uno de estos últimos y sus indicadores de



■ Carlos Palomar, director general de AEPLA. /FHALMERIA

progreso, así como los calendarios y metas para el cumplimiento de dichos objetivos. Se pretende, de esta manera, disponer de la dimensión temporal necesaria para su correcta planificación.

P.- ¿Qué incidencia cree que tendrá sobre la industria fitosanitaria?

R.- No lo hará tanto la Directiva de Uso Sostenible de Fitosanitarios y la normativa que la traspone (RD1103/2012 y PAN) como el Reglamento de Autorización y Comercialización de Productos Fitosanitarios. Otros sectores, como el de la distribución, sí se verán más afectados, pues se les exige una mayor profesionalización, o los propios agricultores, que deberán no ya cumplir nuevos requisitos, sino cambiar su modo de trabajo. No obstante, estos cambios supondrán importantes beneficios en un futuro.

P.- Recientemente, AEPLA, junto con la Fundación Cajamar, organizó varias jornadas sobre mejora de las técnicas de aplicación de fitosanitarios. ¿Cuál era el objetivo fundamental de estas jornadas?

R.- Estas jornadas se encuadran dentro del Proyecto UMI, que AEPLA ha desarrollado durante 2012 y que tendrá continuidad en 2013. Este proyecto tiene como principal objetivo promover técnicas de aplicación de productos fitosanitarios prácticas y asequibles, que reduzcan la exposición del operario y mantengan su eficacia. Por ello estamos recomendando el uso de carretillas pulverizadoras entre los agricultores, pues con ellas se garantiza una mayor eficacia en la aplicación, una menor exposición al producto y mejores condiciones de confort para el operario.

P.- En Almería, ya prácticamente el 90 % de la superficie de cultivo se hace con lucha integrada. El uso de la fauna auxiliar ha contribuido a disminuir los tratamientos fitosanitarios. ¿Qué incidencia tiene esto en la industria a la que representa?

R.- En realidad, hace ya tiempo que el sector apostó por la producción integrada como la mejor garantía de sostenibilidad de nuestra agricultura. Esa apuesta se ha traducido en acciones de promoción de la agricultura integrada y el desarro-

llo por parte de nuestras empresas de productos compatibles con este tipo de producción. Disminuyen unos tratamientos, pero hay que realizar otros, por ejemplo, debido a la aparición de nuevas plagas o retorno de otras que habíamos olvidado.

P.- El uso de la lucha integrada ha traído consigo, como apuntaba, el resurgir de nuevas plagas. ¿Supone esto un nuevo reto para ustedes?

R.- No tanto en desarrollar soluciones como en elaborar una estrategia de defensa. Hay que revisar la compatibilidad de los tratamientos para dichas plagas con las soluciones actuales, biológicas o químicas. Establecer un LMR y conseguir algo nada fácil, como es un registro a tiempo para dicho problema. Creo por ello que la gestión integrada de plagas debe ser un concepto flexible en el uso de sistemas biológicos o químicos en función de las necesidades del momento.

P.- En los últimos años se ha reducido, y mucho, el número de materias activas permitidas en agricultura, no sólo en España, sino en toda la Unión Europea. ¿Hasta qué punto esto dificulta su trabajo?

R.- La constante reducción de sustancias activas a nivel europeo, unida a la lentitud del sistema de registro de productos en España, no facilita nuestro trabajo, pero la consecuencia más negativa de esta situación la sufren los agricultores, que no pueden disponer de las herramientas adecuadas para proteger y hacer rentables sus producciones, lo que les sitúa en clara desventaja frente a colegas de otros estados.

P.- ¿Se siguen eliminando materias sin haber dado, previamente, una solución al problema para el que eran usadas?

R.- Exacto, la reducción de sustancias se ha ido materializando sin que se haya desarrollado el programa para incentivar las soluciones necesarias, a lo que hay, ade-

más, que añadir la dificultad de gestionar la aparición de resistencias por la menor variedad de productos.

P.- Cuando el año está a punto de terminar, ¿qué balance haría de la actividad de AEPLA?

R.- Sin duda, la trasposición de la Directiva de Uso Seguro, con la publicación del RD 1311/2012 con el Plan de Acción Nacional que lo desarrolla han marcado la agenda del ejercicio. AEPLA ha ofrecido toda su colaboración a nuestras autoridades en este proceso, realizando propuestas y ofreciendo su experiencia y conocimiento. Todo ello en continuo contacto con otras organizaciones implicadas y participando activamente en los foros a los que hemos sido invitados. Por otro lado, durante 2012, hemos continuado la promoción de buenas prácticas fitosanitarias a través de nuevos proyectos como el UMI. Sin olvidar la lucha contra el tráfico ilegal de productos fitosanitarios, que sigue siendo una de nuestras prioridades, incluso ahora que la situación parece controlada. Nunca bajaremos la guardia.

P.- ¿Ya se han marcado alguna meta para el nuevo año?

R.- 2013 debe ser el año en que, de una vez por todas, se resuelva el sistema de registro español. Por otra parte, el desarrollo del Plan de Acción Nacional va a necesitar un fuerte trabajo, pues ya no se tratará de acordar un texto legislativo o de preparar un plan, sino de desarrollarlo en el campo. Para nosotros, por ejemplo, será clave el Proyecto TOPPS-Prowadis, para la disminución del impacto del uso de fitosanitarios en los cursos de agua. Eso es hacer sostenible la agricultura, ofreciendo, al mismo tiempo, soluciones que garanticen la rentabilidad de los agricultores, fomentando la investigación y desarrollo y promoviendo las buenas prácticas fitosanitarias como mejor garantía de un suministro de alimentos sanos, seguros y asequibles para todos los consumidores y respeto por el medio ambiente.

IV y V gama

INDUSTRIA ALIMENTARIA

Solfrío amplía su gama de preparados con tres nuevas cremas a base de verduras

La empresa de Fondón ya vende estas cremas de calabacín, calabaza y legumbres en El Corte Inglés y en Carrefour

■ Isabel Fernández

Solfrío acaba de ampliar su línea de preparados con tres nuevas cremas de calabacín, calabaza y legumbres (judías verdes y guisantes), productos que vienen a sumarse a los pimientos asados, la escalibada y, sobre todo, el gazpacho que ya co-

mercializa esta empresa de Fondón. Según explicó su director de Marketing, Emilio Pérez, en esta nueva línea de cremas “mantenemos la altísima calidad del gazpacho”. Prueba de ello es que “ya se vende en El Corte Inglés y, además, Carrefour también las ha aceptado”. Con la incorporación de estos nuevos productos, la empresa consigue mantener su actividad durante todo el año, ya que, de momento, “el gazpacho se sigue considerando un producto estacional”.

En cualquier caso, Pérez insistió en que “el gazpacho es nues-

tro producto estrella” y, de hecho, “ocupa el 80 % de nuestra actividad”. En este sentido, apuntó que el crecimiento en la comercialización de este producto ha sido progresivo desde su puesta en el mercado, en el año 2001. “El primer año empezamos con una venta de gazpacho de 10.000 litros y ahora estamos en el medio millón de litros”, apuntó y añadió que, en lo que a la facturación se refiere, “del año pasado a éste hemos tenido un crecimiento de casi el 70 %, pasando de 650.000 euros en 2011 a 1.020.000 euros en lo que lleva-



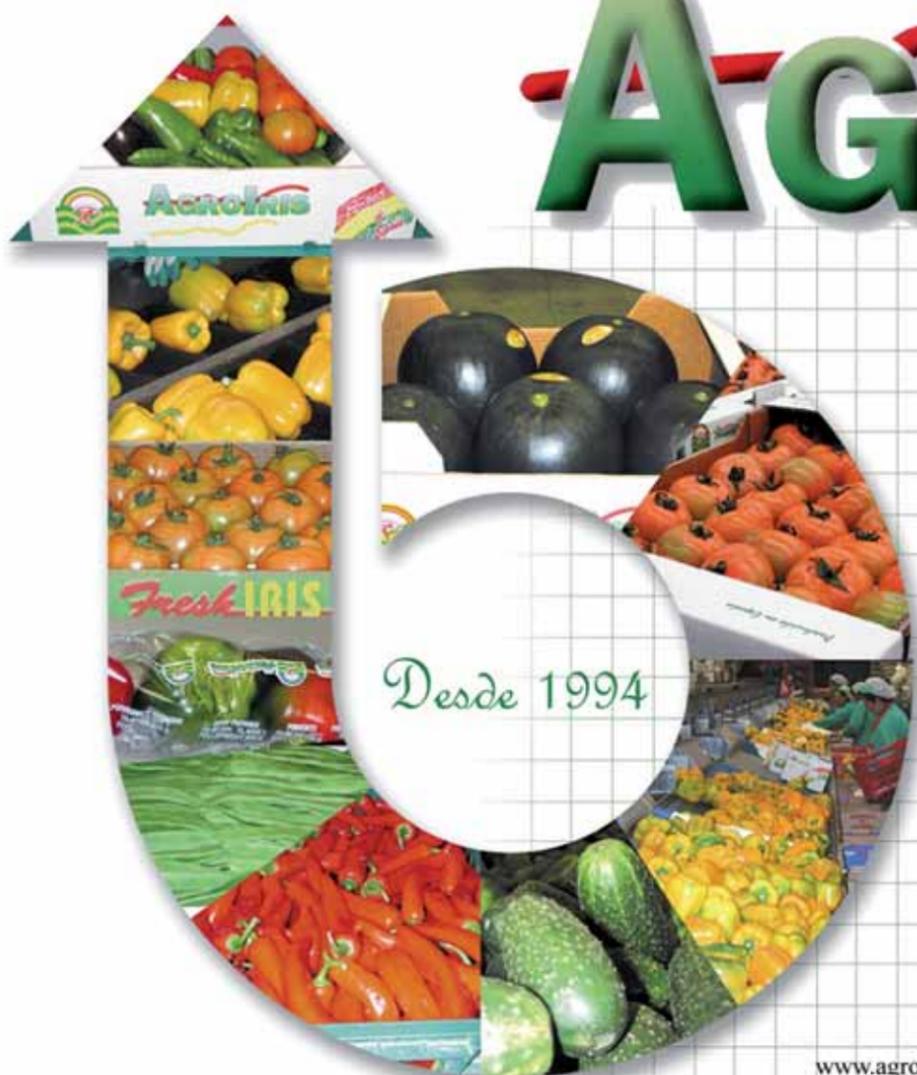
■ Nueva línea de cremas de verduras de Solfrío. /FHALMERIA

mos de 2012”. Asimismo, y en lo que respecta a su línea de verduras asadas, ésta, tras unos tres años funcionando, supone ya el 15 % del volumen total de negocio de la empresa.

El director de Marketing de Solfrío se refirió, por otro lado, a la escasa presencia de la industria alimentaria en la provincia. Bajo su punto de vista, “no tie-

ne explicación que los destríos y las segundas de Almería se los lleven las congeladoras de Murcia y Navarra cuando sería mucho más fácil que las empresas de aquí, que tienen potencial sobrado, se quedaran con el valor añadido que pueden generar esos productos”. En cualquier caso, valoró las iniciativas que, en la actualidad, ya están en marcha.

AGROIRIS



En Aggroiris 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.aggroiris.com.

fguil@aggroiris.com / asalinas@aggroiris.com

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

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

I+D

JORNADA EN SUCA

Crean un método de prevención de infecciones bacterianas en las plantas

■ E. Sánchez

Un grupo de investigadores del Departamento de Microbiología del Suelo y Sistemas Simbióticos de la Estación Experimental del Zaidín ha desarrollado un método de prevención y control de infecciones bacterianas en una planta o en un cultivo, así como en productos e instalaciones susceptibles de contaminación por bacterias. De hecho, esta acción se realiza mediante la aplicación de metilcetonas alifáticas de cadena larga, fundamentalmente 2-tridecanona presente en hojas de plantas silvestres de tomate, entre otras plantas, y también se puede encontrar en animales como ciervos, abejas e incluso es producido por bacterias. El producto se aplica en concentraciones ínfimas que no son tóxicas y permite evitar la infección sin producir un efecto bactericida.

Este método, que ha sido inventado por María José Soto, Joaquina Nogales, José Olivares y Juan Sanjuán, proporciona un nuevo agente para la prevención y control de infecciones bacterianas que causan en-

fermedades tanto en plantas como en animales y seres humanos. Según María José Soto, "nuestro método de aplicación puede ser utilizado tanto en el campo de la química, la farmacia y más concretamente en el campo de la agricultura. Es más, este producto puede emplearse como fitosanitario destinado a reducir enfermedades en plantas causadas por bacterias y prevenir enfermedades alimentarias causadas por la ingestión de productos vegetales frescos contaminados con bacterias patógenas".

Parece ser que hasta ahora nunca había sido probado el efecto del 2-tridecanona en el control de infecciones bacterianas que se produce sin efecto bactericida, es decir, sin destruir ni atacar al crecimiento bacteriano, pero sí a su actividad infectiva. Las aplicaciones son múltiples: como fitosanitario para proteger las plantas en épocas de riesgo de infecciones bacterianas que potencialmente pueden causarles daño o enfermedad. También como aditivo frente a infecciones bacterianas, en productos de higiene oral o higiene corporal.

NUEVAS INSTALACIONES

Laboratorio Analítico Bioclínico se muda a su propio edificio en el PITA

■ E. S. G.

Laboratorio Analítico Bioclínico (LAB) acaba de culminar su mudanza desde la sede del PITA a su edificio propio en la tecnópolis almeriense. Las nuevas instalaciones, que se encuentran totalmente operativas en este momento, harán más competitiva a la entidad almeriense en su oferta de nuevos métodos analíticos. De hecho, su

traslado permitirá a esta empresa ofrecer servicios analíticos cualificados, ya que LAB está en disposición de ofrecer nuevas metodologías analíticas y en su nuevo espacio gozará de una mayor aplicabilidad.

De este modo, el fin es seguir ofreciendo servicio a sectores como el agroalimentario, agroambiental, higiene rural, control biológico o el campo de la calidad alimentaria.

ACTUALIDAD DEL SECTOR



■ Durante el encuentro, los asistentes pudieron visitar el laboratorio agroalimentario de Adesva. /FHALMERIA

Adesva presenta sus nuevas tecnologías en postcosecha y envasado en productos frescos

El Centro Tecnológico ha organizado un encuentro en el que los participantes han podido conocer su laboratorio agroalimentario

■ Elena Sánchez

El Centro Tecnológico Adesva ha organizado el encuentro A2TRANSFER sobre productos frescos hortofrutícolas, en el que han participado más de un centenar de empresas y se han reunido tanto investigadores como profesionales del sector de Andalucía y Sur de Portugal.

El encuentro ha estado estructurado en tres sesiones técnicas dirigidas al mercado. La primera de ellas tuvo lugar el pasado 11 de diciembre en Huelva, y arrancó con una visión del estado actual de la innovación agroalimentaria de la provincia, aportada por Aurelio Gómez, gerente de Adesva. Posteriormente, se centraron en el consumo y evolución de los modelos comerciales hortofrutícolas, un punto de vista que ofreció Maite Arrizabalaga, de AECOC, y, finalmente, se habló también sobre las tecnologías postcosecha en frutos cítricos de la mano de Alejandra Salvados, de IVIA. Las em-

presas que participaron en la jornada conocieron de primera mano el laboratorio agroalimentario de Adesva, ubicado en las instalaciones del CIDERTA, así como las instalaciones del CIDAP de la Cámara de Comercio de Huelva y los propios laboratorios del CIDERTA.

El encuentro finalizó con la tercera actividad dirigida a técnicos de las empresas mediante workshops sobre aplicaciones técnicas en productos hortofrutícolas. También se dio a conocer nueva maquinaria de manipulación y tecnología de envasado para alargar la vida útil del producto fresco.

EN CULTIVOS HORTÍCOLAS PROTEGIDOS

Agricultura presenta un estudio sobre reutilización de aguas regeneradas

■ E. S. G.

El centro IFAPA de la Consejería de Agricultura ha realizado una jornada en la que ha mostrado un estudio sobre reutilización de aguas regeneradas en cultivos hortícolas protegidos. El objetivo de esta acción, según el delegado territorial de la Consejería de Agricultura, José Manuel Ortiz, es "propiciar un foro de debate y reflexión sobre las potencialidades de los recur-

sos hídricos no convencionales en los sistemas agrícolas y contribuir al aprovechamiento sostenible de dichos recursos en los regadíos intensivos del litoral, como estrategia para paliar el déficit hídrico".

En la jornada, el grupo de investigación IFAPA-Universidad de Almería-Universidad Autónoma de Madrid abordó varios aspectos de la reutilización de aguas residuales urbanas, entre los que se incluyen los trata-

mientos de regeneración, los indicadores de calidad para uso como agua de riego y su manejo eficiente en cultivos hortícolas.

La jornada finalizó con una ponencia sobre las actuaciones de reutilización de aguas residuales que la sociedad estatal ACUAMED realiza en la provincia de Almería, orientada a sustituir parcialmente las actuales fuentes de abastecimiento de acuíferos.

Expertos
en el negocio
agroalimentario.

Cajamar ADN Agro

Desde nuestros orígenes, este ha sido nuestro campo: **ofrecer servicio, investigación, conocimiento, y soluciones financieras especializadas** a agricultores y empresas **del sector agroalimentario.**

En Cajamar Caja Rural, forma parte de nuestro ADN.



CAJAMAR
ADN Agro



Marketing

DEL INVERNADERO A CASA CON UN SOLO CLICK

Empresas de Almería vuelven a abrir sus tiendas on line para la venta de Raf

Con la llegada del mes de diciembre, comercializadoras como CASI o Caparrós Nature comienzan a ofrecer este tomate tan exquisito

■ Isabel Fernández

La llegada del mes de diciembre supone para algunas empresas de la provincia, como es el caso de CASI o de Caparrós Nature, la apertura de sus tiendas on line para la venta de su tomate Raf, si cabe, uno de los productos más emblemáticos de la provincia y de los más apreciados por los clientes. La venta on line permite a unos y otros agilizar el proceso, haciendo llegar este exquisito producto a cualquier punto de la geografía española en apenas 48 horas.

En el caso concreto de CASI, la cooperativa que preside José María Andújar prevé comercializar esta campaña en torno a 7 millones de kilos de su 'pata negra', repartidos entre la tienda on line, la subasta, supermercados y tiendas gourmet. La mayor parte de esta producción se quedará en el mercado nacional,

■ Vista de la tienda on line de CASI. /FHALMERIA

en torno al 90 %, mientras que el 10 % restante tiene como destino los principales países europeos. En este sentido, José María Andújar recordó lo "delicado" del tomate Raf, que no sólo necesita de unas "condiciones y técnicas de cultivo muy especiales", sino que también madura más rápido que otros tomates.

Precisamente por esa delicadeza del Raf y para garantizar que llega a su destino en las me-

jores condiciones, para las ventas a través de la web, la cooperativa ha diseñado unos envases específicos, con un cuidado formato y una gran calidad.

Por su parte, en Caparrós Nature prevén comercializar unos 290.000 kilos de tomate Raf, cultivados en 6 hectáreas. Al igual que ocurre con CASI, su principal destino será el mercado nacional, aunque también envían algo a Alemania. Este producto

tan especial lo comercializan a través de distribuidores, mayoristas, supermercados y tiendas gourmet, además de a través de la web www.saboresnaturales.es.

Pensando, precisamente, en la Navidad, en Caparrós Nature han preparado envases especiales, con un cuidado diseño, bajo la denominación 'Regalos con sabor', y que están pensados, entre otras cosas, para regalos de empresa.

COMUNICACIÓN

La motivación, un arma que hace aflorar el talento de las personas

■ I. F. G.

La motivación hace aflorar las capacidades y el talento de las personas que conforman una empresa, de modo que hasta el último eslabón de la cadena de una organización pueda aportar ideas y conocimiento para la mejora y evolución del trabajo diario. Así lo expuso Mario Alonso Puig, experto en motivación, creatividad, comunicación y liderazgo, en una jornada organizada por la Fundación TECNOVA bajo el título 'Reinventarse: tu segunda oportunidad' y a la que asistieron más de un centenar de personas del sector hortofrutícola provincial y de su industria auxiliar.

Para este experto, los cambios se consiguen con motivación y cada empresa, cada persona, debe tener la decisión y la determinación para aprender y reinventar a través de la empatía y el reconocimiento de las demás personas. Asimismo, cada uno ha de saber que "vas a triunfar no porque sepas que vas a triunfar, sino porque estás decidido a hacerlo y nadie te va a quitar la ilusión".

JORNADA

HORTYFRUTA anima a las comercializadoras a participar en la promoción de frutas y hortalizas

■ I. F. G.

La Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA) organizó a principios del mes de diciembre una jornada de promoción con empresas del sector hortofrutícola con el objetivo de promover la participación del propio sector en las campañas que la Interprofesional realiza en diferentes puntos de Europa. En este sentido, durante la jornada, la ge-

rente de HORTYFRUTA, María José Pardo, explicó a los participantes cuáles son algunas de las acciones promocionales que la Interprofesional ya tiene en marcha y les animó a "participar de forma conjunta" en la promoción de las frutas y hortalizas.

Asimismo, durante esta jornada, Pardo indicó a los participantes cuáles serían, a juicio de la Interprofesional, algunas de las iniciativas que cada empre-

sa, a título individual, podría poner en marcha para contribuir a ese objetivo común de fomentar el consumo de frutas y hortalizas. Así, se refirió, por ejemplo, a la incorporación de material gráfico y multimedia en la web de cada empresa, en sus correos electrónicos, e incluso, en su material de oficina, además de incorporar un etiquetado especial.

En este año 2012 han sido varias las jornadas de este tipo organizadas por HORTYFRUTA



■ Alexanderplatz, en Berlín. /FHALMERIA

y que se repetirán en los próximos meses, con el fin de acercar a las empresas no sólo el trabajo que desarrolla la Interprofesional, sino también la posibilidad de esa colaboración en beneficio de todo el sector.

ALMERÍA EN BERLÍN

Entre las muchas acciones de promoción que HORTYFRUTA tiene en marcha, llama especialmente la atención la iniciativa enmarcada en la campaña conjunta con PROEXPORT 'We Care, You Enjoy!', y que ha llevado hasta la mismísima Alexanderplatz de Berlín la imagen de las frutas y hortalizas andaluzas, de la mano de la actriz Esther Schweins.

Agenda

EVENTOS

FERIA. Zaragoza acoge Tecnovid, el evento destinado a profesionales de la viticultura

Del 12 al 15 de febrero de 2013 se celebra en Zaragoza una nueva edición de Tecnovid, un evento ferial que se desarrolla cada dos años y que está ideado para dar respuesta a las necesidades de tecnológicas y de equipamiento de sus profesionales.

FORO. Feria de Turismo y Gastronomía, Gastrotur 2013, en febrero, en Granada

Granada acogerá del 23 al 26 de febrero de 2013 una nueva edición de Gastrotur. Un evento que apuesta por el potencial de las rutas gastronómicas como un motor generador de actividad económica y empleo.

FERIA

En enero, Madrid Fusion 2013, 'La creatividad continúa'

■ CIA

El 21 de enero, Madrid Fusión, el Congreso más dinámico del mundo, abrirá sus puertas a la XI Edición. Durante tres días consecutivos más de 100 cocineros internacionales se darán cita en un concepto renovado, más abierto que nunca a los intercambios y la participación. La cumbre Internacional de gastronomía Madrid Fusión, es un congreso internacional que se celebra anualmente en Madrid, capital de España, desde el año 2003. Gracias a este evento, Madrid se convierte, durante varios días, en la capital gastronómica del mundo.

FORO

Del 23 al 25 de enero se celebra el 12º Symposium de Sanidad Vegetal

■ CIA

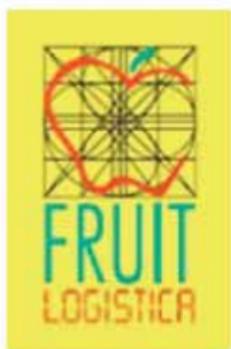
El 12º Symposium de Sanidad Vegetal que tendrá lugar en Sevilla desde el 23 al 25 de enero tratará de presentar detalladamente los últimos avances de la aplicación de la Directiva sobre Uso Sostenible en España. Poco antes de la celebración del Symposium, en noviembre de 2012, los Estados Miembros tendrán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



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. Plzas 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

VIAJES

El Corte Inglés

YA DISPONIBLE

El Anuario Agrícola 2012 de fhalmería hace un análisis exhaustivo de la última campaña

La publicación cuenta, un año más, con la opinión y aportaciones de gran parte de las personas que componen el sector

■ CIA

Fhalmería ha publicado, un año más, y ya van cinco, su Anuario Agrícola 2012. Una publicación en la que se analiza la evolución de la última campaña agrícola, la 2011/2012, contando para ello con la inestimable colaboración de muchas de las personas que conforman el sector agrícola de la provincia almeriense. Asimismo, la publicación aborda algunos de los temas que han marcado la actualidad de la campaña, como pueden ser, en esta ocasión, los drásticos recortes producidos en los presupuestos tanto del Ministerio de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente como por parte de la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía. Junto a ello, la gestión de los restos vegetales que se generan en los invernaderos también ocupa un importante lugar, acompañada por la reforma de la Política Agraria Común o el análisis del papel de la gran distribución en

el sector agroalimentario nacional. Asimismo, en este 2012, esta publicación ha reservado un espacio muy especial al sector de la planta ornamental, tan importante y a veces tan olvidado.

Un año más, este Anuario no hubiera sido posible sin las aportaciones de todos y cada uno de los integrantes del sector que, en esta ocasión, no sólo han querido dar su opinión acerca de la situación actual de la agricultura almeriense, sino que, en este Anuario Agrícola 2012, han querido ir un poco más allá y, de hecho, directores generales, presidentes o gerentes de las principales comercializadoras de la provincia han expuesto su particular visión del sector de la comercialización en Almería, cuáles son sus debilidades y fortalezas, pero, sobre todo, cuáles son sus líneas de futuro.

Y, teniendo en cuenta que este Anuario Agrícola 2012 aborda todo lo sucedido en la agricultura almeriense en el último año, no se podía pasar por alto el 'boom' experimentado por la lucha integrada, un método de producción que ya está dando muchos y muy buenos resultados y sin el que, hoy por hoy, no se entendería la agricultura provincial. Este 2012



ha estado marcado por la implantación de la lucha integrada en la mayor parte de la superficie cultivada de to-

mate, cumpliendo, de este modo, con otro de los objetivos marcados por el sector. Así las cosas, desde las propias empresas de pro-

ducción y comercialización de fauna auxiliar han querido plasmar en papel los que, a su juicio, serán los nuevos retos en esta materia.

Nada de esto sería posible, en cualquier caso, sin la apuesta firme y decidida por parte de agricultores, comercializadores e industria auxiliar por la investigación en pro de la mejora del sector agrícola. Precisamente por ello, un vez más, este Anuario Agrícola 2012 ha querido servir de altavoz para que todas y cada una de las organizaciones y entidades que en Almería investigan en torno a la agricultura puedan difundir sus últimos estudios y ensayos. De este modo, la publicación cuenta, de nuevo, con las aportaciones de IFAPA, la Fundación Cajamar, la Universidad de Almería (UAL) y el Centro Tecnológico de la Industria Auxiliar de la Agricultura-TECNOVA.

El Anuario Agrícola 2012 de fhalmería quiere ser fiel reflejo de todo lo sucedido en el sector agrícola almeriense en el último año, además de aspirar a convertirse en una herramienta fundamental para todos y cada uno de los profesionales que trabajan en la agricultura intensiva.

¿Los precios de las pizarras?



Entra en nuestra web y Pincha en

O escanea con tu móvil este código QR

www.fhalmería.com

Muy fácil



No te costará nada