



ACTUALIDAD

El campo invierte 160 millones de € anuales en plástico y apenas hay empresas ofertantes

Tras la caída del gigante Plastimer y la huida de inversores esporádicos en el sector de la agricultura, los agricultores invierten 160 millones de euros cada año en la adquisición del plástico para sus invernaderos y apenas hay empresas que oferten este producto. Esta situación les obliga a asumir los precios impuestos. Páginas 4 y 5



Según el Tecnómetro 2009, de TECNOVA, entonces sólo tres empresas se 'repartían' las más de 29.000 hectáreas invernadas de la provincia. /FHALMERIA

ENTREVISTA

Andrés Góngora

SECRETARIO PROVINCIAL DE COAG-ALMERÍA



“Mis primeros recuerdos son jugando en el invernadero de mi padre, en San Isidro”

Página 8

Arranca la campaña de melón y sandía y las primeras partidas alcanzan gran calidad

Página 10

NOTICIAS

Los niveles de la Balsa del Sapo bajan 1,30 metros en la segunda impulsión

Página 28

NOTICIAS

El Gobierno modifica el Código Penal para que el robo en el campo sea delito

P. 31

CARTÓN-PLÁSTICO

Las comercializadoras están ‘maniatadas’ a la hora de decidir qué envases utilizar

Las productoras de cartón y las empresas de envases de plástico retornable mantienen una batalla que afecta a los exportadores

Unos argumentan que el cartón es más higiénico. Otros mantienen que el uso del plástico retornable reduce considerablemente la basura de los supermercados. El caso es que los exportadores se ven maniatados a la hora de elegir cómo presentar sus productos

al consumidor final. Elegir un material u otro supone un gasto considerable para la empresa exportadora. En ocasiones son los clientes quienes exigen el material en el que recibir las hortalizas sin que el exportador pueda proponer nada a cambio. **Página 3**

ESPECIAL Pimiento

fhalmeria ha elaborado un documento en el que analiza las principales variedades de pimiento que las empresas productoras de semillas ponen en el mercado de cara a la próxima campaña. Los agricultores se enfrentan a una de las decisiones más importantes del año puesto que han de plantarse 7.400 hectáreas de este cultivo que producirán 513.000 toneladas en la temporada 2013/2014 con un valor estimado final que supera los 340 millones de euros.



En este dossier especial están las claves para elegir las mejores variedades.

Páginas 11 a 26

Opinión

Plástico agrícola, ¿monopolio?

Varios e-mails de agricultores nos han hecho reaccionar. En ellos se quejan de no disponer de apenas empresas para comparar los precios del plástico que cada año han de comprar sí o sí para cubrir sus cultivos. Es un elemento esencial en el negocio hortofrutícola y ellos lo saben.

El precio del plástico varía según aumenta el coste de la materia prima y ésta a su vez cuesta más en la medida que se incrementa el crudo, por tratarse de un derivado del petróleo. Parece que todo el mundo tiene asumido el aumento paulatino y constante del precio del plástico agrícola, de la misma forma que se considera 'normal' el au-

■ José Antonio Gutiérrez.
Periodista



No se conocen propuestas surgidas de la universidad o de la propia administración para crear alguna alternativa válida, económica y eficaz

mento constante del combustible.

Los agricultores consideran que la caída del Grupo Plastimer ha dejado el mercado franco a aquellas empresas que compartían el pastel de las 27.000 hectáreas almerienses y algunas más fuera de la provincia.

Por otra parte, el intento de asentarse en suelo local por parte de otras productoras de plástico agrícola no ha dado resultado, tal fue el caso de Verim Plastik.

Ahora están surgiendo otras iniciativas que intentan fomentar la competencia,

pero el handicap al que se presentan es que no es lo mismo producir en suelo almeriense, en la medida de lo que quieren los agricultores, en el momento que lo necesitan, que importarlo de otros lugares y luego comercializarlo a través de intermediarios.

POCA INVESTIGACIÓN

Por otra parte, la poca investigación que hay en torno a este material de uso masivo en la horticultura intensiva almeriense es prácticamente privada.

Es por ello que apenas hay iniciativas sobre nuevos componentes que puedan aportar a las plantas el mismo resguardo e igual luminosidad con costes menos elevados que los actuales.

Parece difícil de creer, pero no se conocen propuestas surgidas de la universidad o de la propia Administración para crear alguna alternativa válida, económica y eficaz.

mica y eficaz. Muchos productores consideran que es un tema que se ha dejado de la mano por parte del sector y debería retomarse con el objetivo necesario de bajar los costes de producción.

Desde los propios sindicatos agrarios se ha hecho referencia al aumento del precio de los consumibles agrícolas como un problema sin coto que ahoga al sector productor en los años en los que la rentabilidad es escasa.

El plástico ocupa un epígrafe muy importante en los costes fijos anuales de los productores y depende en exceso del precio del petróleo en el mercado.

Todo esto hace plantearse algunas cosas al respecto; una de ellas, y posiblemente la más preocupante, es saber si caminamos hacia un monopolio dentro del sector del plástico agrícola que presione aún más a los productores. Tiempo al tiempo, a ver qué pasa.



¡SE SALEN!

Ramyle RZ

Rayosol RZ



Actualidad

PÉRDIDAS ECONÓMICAS

Las comercializadoras están 'maniatadas' a la hora de decidir qué envases utilizar

Parte de la Gran Distribución obliga a que las frutas y hortalizas que compra vayan en cajas de plástico específicas, mucho más caras

■ Rafa Villegas

Las comercializadoras de frutas y hortalizas almerienses pierden a diario dinero a causa de la exigencia de buena parte de las grandes distribuidoras de que utilicen unos envases específicos. Normalmente se trata de cajas de plástico de las marcas IFCO o EPS, que implican el pago de un alquiler y una fianza, además del sobre coste respecto al cartón.

El problema no es nuevo, pero no sólo perjudica a las comercializadoras sino también a empresas de envases y embalajes de cartón que, pese a tener excelentes productos, están perdiendo competitividad.

El gerente de la Asociación de Empresarios Comercializadores Hortofrutícolas de Andalucía (ECOHAL), Alfonso Zamora, ha lamentado "la imposición de las cadenas de trabajar con determinados envases". No obstante, ha asegurado que "en realidad el problema no es que te



■ Cajas de plástico IFCO en su espacio expositor de Fruit Attraction. /FHALMERIA

obliguen a usar una u otra caja, sino que tengamos que pagarla nosotros".

Tanto Zamora como el presidente de Biosabor, Francisco Belmonte, han coincidido en señalar como posible motivo de la imposición de uno u otro envase por parte de algunas distribuidoras a que "tendrán un retorno, se deben estar lucrando".

Para Zamora, esta práctica "debe ser contraria a la libre com-

petencia". Es más, el gerente de ECOHAL no entiende cómo "el Tribunal de la Competencia, que siempre está detrás de nosotros a ver qué hacemos, no está pendiente también de las imposiciones de envases".

Belmonte ha asegurado que del volumen total que comercializa Biosabor, "el 90 por ciento nos lo compran directamente supermercados y entre un 60 y un 65 por ciento de nuestros produc-

tos se exportan, por obligación, en cajas de plástico IFCO". Y es que, como ha explicado, "cadenas de distribución tan importantes como Edeka y Metro la exigen".

En cuanto a las pérdidas económicas que tienen las comercializadoras hortofrutícolas de la provincia de Almería por este problema, Belmonte ha asegurado que "por una caja de cinco kilos estamos perdiendo 2 cén-

timos por kilo con respecto a un envase para el mismo peso, pero de cartón".

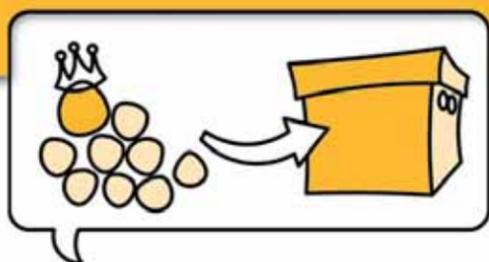
Antonio Márquez, comercial de Agrupalmería, ha confirmado la diferencia de precio entre un envase y otro. No obstante, ha reconocido que "lo que cuesta de más el plástico lo repercutimos luego en el precio". Márquez ha asegurado que en Bélgica, por ejemplo, prefieren el Euro Pool System, mientras que en Alemania se decantan más por IFCO.

Otro punto negativo que le ve Belmonte es que dado que no es obligatorio lavar las cajas de plástico hasta que no tengan bastantes usos, "al final vienen mucho más sucias. Existe una contaminación evidente de una partida a otra". El cartón, por el contrario, al ser de un solo uso, sería mucho más higiénico.

Precisamente por el lado de la limpieza, existen empresas de cartón que están dispuestas a llegar hasta el final para lograr que la Comisión Europea obligue a que se laven las cajas de plástico después de cada uso. De este modo se evitaría, por un lado, la existencia de bacterias en las cajas y, por otro, y lo más importante para las cartoneras, que los envases de plástico fueran aún más caros y se hiciera más presión para volver al cartón.

Para Zamora, la única solución pasa por "tener el arrojo necesario, decir que hasta aquí hemos llegado, unírnos todas las comercializadoras y negarnos a pagar ningún sobre coste".

agrobío vuela...



las mejores condiciones



express
24 en menos de horas



bio polinización
y control
biológico



+ producción
+ calidad

COSTES DE PRODUCCIÓN

El sector de los plásticos mueve en torno a 160 millones de euros anuales en Almería

Según el *Tecnómetro 2009*, de *TECNOVA*, entonces sólo tres empresas se 'repartían' las más de 29.000 hectáreas invernadas de la provincia

■ Isabel Fernández

La agricultura invernada que tantos beneficios ha reportado a la provincia de Almería, hasta el punto de convertirse en su principal pilar económico, nunca hubiera sido posible sin la existencia de un sector fabricante y comercializador de plásticos para agricultura, siempre dispuesto a surtir de este material a los productores y a innovar para adecuarse a sus demandas. Desde los años '70, momento en el que se inició el 'milagro almeriense', hasta la actualidad, este subsector de la industria auxiliar de la agricultura no ha hecho más que fortalecerse, hasta el punto de que, según los datos del *Tecnómetro 2009*, elaborado por el Centro Tecnológico de la Industria Auxiliar de la Agricultura-TECNOVA, en ese año, tres empresas de plásticos de la provincia llegaron a facturar, en conjunto, 159 millones de euros, o lo que es lo mismo, 53 millones de euros, de media, cada una de ellas.

Según destaca el informe facilitado por TECNOVA a fhalmería, el sector fabricante y comercializador de plásticos no destaca, precisamente, por su presencia, "concentrada en dos grandes grupos empresariales" -entonces, Grupo Armando Álvarez y el ya desaparecido TPM-, sino por su facturación. De hecho, los 53 millones de euros de media que facturan las empresas del subsector de los plásticos, anualmente, según TECNOVA, superan, y con creces, los 5,11 millones de euros que, también de media, facturan las 182 empresas que, en el momento de realizar el estudio, integraban este sector en Almería. Así las cosas, no es de extrañar que el último *Tecnómetro* publicado recoja que "la actividad de mayor nivel de facturación -siempre den-



■ El coste del plástico para una hectárea de invernadero puede oscilar entre los 8.000 y los 12.000 euros, según las organizaciones agrarias. /FHALMERIA



■ El cierre de las empresas del grupo TPM redujo, en gran medida, la oferta en este sector. /FHALMERIA

tro de la industria auxiliar de la agricultura- sigue siendo el plástico". Y, en el fondo, no es para menos.

Sólo hay que tener en cuenta que, en la última campaña cerrada, la 2011/2012, y según recoge el 'In-

forme de la campaña hortícola de Almería', elaborado por la Fundación Cajamar y relativo a ese ejercicio, en Almería se invernaron 29.991 hectáreas. Con total probabilidad, no todos los agricultores echaron el plástico enton-

ces, pero esta cifra sirve para hacerse una clara idea de cuál es el nicho de mercado que manejan, en gran medida, las empresas, pertenecientes ahora a un único grupo empresarial, que operan en Almería.

Este mismo informe detalla, asimismo, cuán importante es el gasto que supone el plástico, anualmente, para el agricultor, aunque hay que tener en cuenta que el plástico se suele echar cada tres años, que es, de media, la vida útil que tiene este material. De este modo, según el texto de la Fundación Cajamar, en la última campaña cerrada, cada agricultor tuvo que hacer frente, de media, a un gasto de 3.328 euros por hectárea en concepto de plásticos, el 5,9% del gasto total para poner en marcha la campaña. Esta cifra era un 1,9% superior a la de un año antes, cuando, de media, cada productor invirtió 3.265 euros por hectárea. Retrocediendo aún más en el tiempo, en la campaña 2009/2010, el coste medio por hectárea de este bien se situó en 3.140 euros. Estos números ponen de manifiesto que, en los tres últimos ejercicios cerrados, el precio del plástico, aunque moderadamente, no ha hecho más que crecer. Pero hay quien se remonta un poco más atrás.

En este sentido, Andrés Góngolo-

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 y Caterina Park.
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

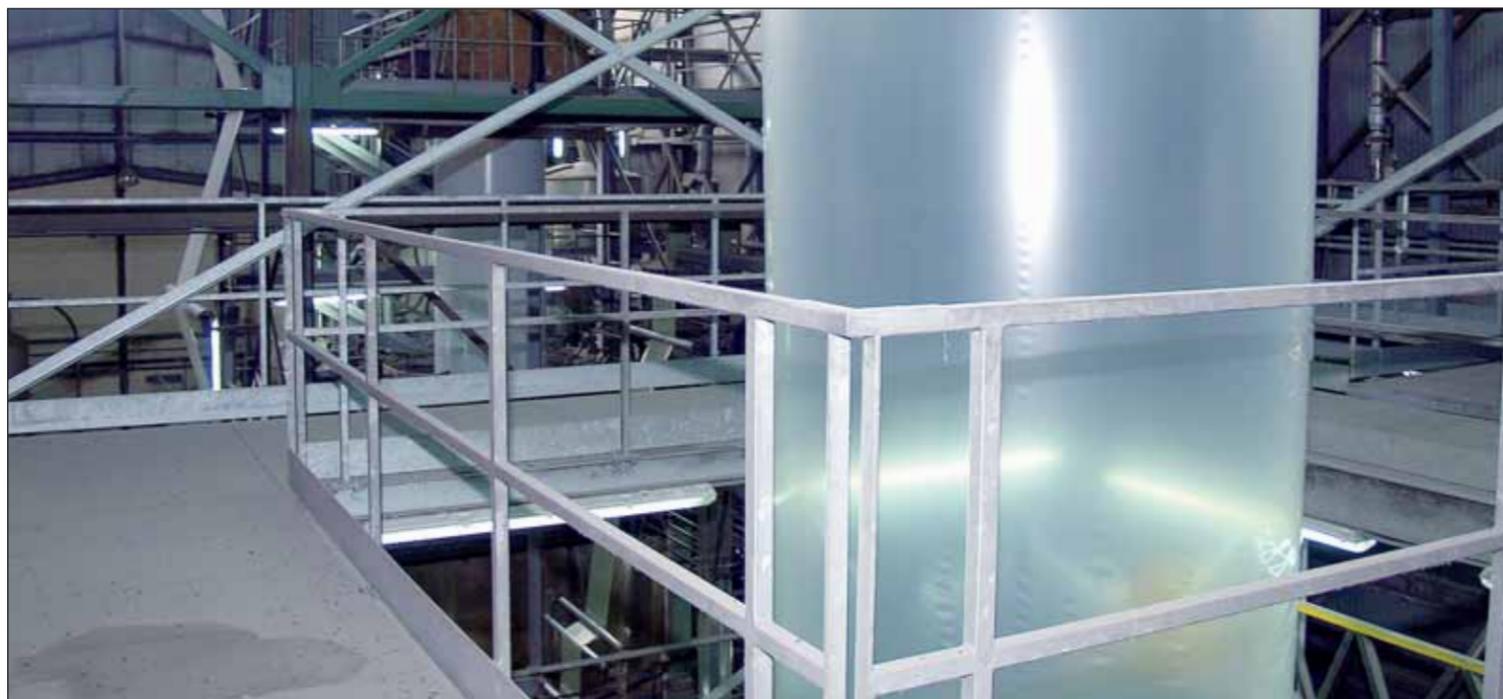
Imprime: Corporación Gráfica Penibética
Dép. Legal: AL-2839-2007
ISSN 1889-4836

COSTES DE PRODUCCIÓN

ra, secretario provincial de COAG, afirmó que, “en la última década, el precio del plástico se ha incrementado, aproximadamente, un 50%”, siempre hablando del plástico más usado en la provincia, que suele ser el de tres campañas. Góngora reconoció que “el plástico de ahora no tiene nada que ver con el de hace diez años, ahora es mucho más eficaz, sobre todo a la hora de mantener la temperatura”; sin embargo, señaló que, en gran medida debido al aumento del precio del petróleo, el coste de este insumo no hace más que crecer.

ÚLTIMA CAMPAÑA

Ya al inicio de la actual campaña agrícola, desde ASAJA-Almería alertaron sobre el sobrecoste que, en esta ocasión, tendría para cada agricultor el comienzo del ejercicio, debido, fundamentalmente, al encarecimiento de los principales insumos, entre ellos, el plástico. Entonces, cuando la campaña 2012/2013 empezaba a dar sus primeros pasos, el presidente de esta organización agraria en la provincia, Francisco Vargas, afirmaba que el precio del plástico había crecido un 1%, unos 0,30 euros más cada kilo. Vargas reconoció que éste es uno de los mayo-



■ Los agricultores se ven obligados a cambiar el plástico cada tres años, que es la vida útil que tiene este material. /FHALMERIA

res gastos a los que debe hacer frente un agricultor, al menos, en una de cada tres campañas. Sobre el coste que supone para el productor echar el plástico, éste oscila entre los 8.000 y los 12.000 euros, aproximadamente, lo que, de media, supone unos 3.000 euros anuales, a los que, cómo no, hay que sumar la mano de obra. Así no es de extrañar que Andrés Góngora afirmara que “éste es uno

de los costes de producción más importantes que tiene nuestra actividad” y, además, “es imprescindible”. El secretario provincial de COAG apuntó que, “mientras en otras cosas te puedes ahorrar algo, en el plástico no”. Hay que echarlo cada tres años sí o sí, entre otras cosas porque “aguantarlo puede traer problemas, por ejemplo, con las heladas”. Preguntado sobre las posibilidades reales que

tienen los agricultores de elegir plásticos de una u otra empresa, comentó que, “en lo que a la fabricación del plástico se refiere, no hay demasiada competencia” y, de hecho, “hay dos grandes marcas que están acaparando casi todo el mercado”. “Ha habido empresas más pequeñas que han ido y han venido, pero, al final, eso no ha supuesto que haya una mayor competencia dentro del sector”,

concluyó. Cuando el fin de la campaña 2012/2013 comienza a acercarse, los agricultores empiezan a hacer sus cuentas para ver cuánto les costará, en el caso de que les toque, cambiar el plástico para poder seguir produciendo un año más. Las empresas fabricantes, por su parte, se preparan para un largo verano en el que tendrán que surtir de este bien tan preciado a los productores almerienses.

TENDENCIA

Cada vez son más frecuentes las críticas a algunos insecticidas convencionales por sus posibles efectos perjudiciales sobre las abejas y otros insectos polinizadores. Seipasa ofrece como alternativa el insecticida sin residuos PIRETRINA SEIPASA.



Respetuoso con las abejas



Piretrina Seipasa

Insecticida natural sin residuos alternativo a los **neonicotinoides**.

Avalado por ensayos oficiales:

% EFICACIA FRENTE AL TESTIGO
Datos obtenidos del ensayo EOR 463-E26IE.

80	95	79
Piretrina SEIPASA a 100 ml/hl	Piretrina SEIPASA a 200 ml/hl	Imidacloprid a 75 ml/hl
7 DA-A		

<http://www.seipasa.com/area-clientes/login.html>

Accede ya a nuestra área de clientes





consulta a nuestros expertos:
tel. 902 024 874 • seipasa.com



EN 'STANDBY' DESDE 2011

ASAJA pide a la Junta que convoque las ayudas para la incorporación de jóvenes

■ I. F. G.

La organización agraria ASAJA en la provincia ha solicitado a la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente que vuelva a convocar las ayudas a la modernización de explotaciones y para la incorporación de jóvenes a la agricultura, sobre todo, teniendo en cuenta que es ahora cuando los agricultores comienzan a hacer sus previsiones de cara a la próxima campaña. Según explicó el presidente de ASAJA-Almería, Francisco Vargas, "debido a las fechas en las que nos encontramos, es necesario que la Consejería de Agricultura, si tiene intención de publicar estas ayudas, lo haga ahora, ya que es el momento idóneo para cualquier reforma o actuación de mejora".

Asimismo, desde ASAJA-Almería insistieron en la conveniencia de convocar estas ayudas, entre otras cosas, porque son muchos los jóvenes que, ante la actual situación de crisis económica, han visto en el campo una oportunidad de futuro. En este sentido, Vargas afirmó que, "debido a la situación económica por la que atraviesan muchas familias, están siendo muchos los jóvenes interesados en empezar a trabajar en la agricultura y que se podrían ver beneficiados por este incentivo".

Estas ayudas llevan sin convocarse desde el año 2011 y, lo que es más importante aún, todavía son muchos los agricultores que las solicitaron entonces y que ni siquiera las han cobrado. Sobre este asunto, el presidente de ASAJA-Almería dijo ser "consciente de que el consejero adquirió el compromiso de reducir la deuda que existía con los beneficiarios de estas ayudas y nos consta que se están abonando expedientes aceptados de 2010", sin embargo, continuó, "también es importante dar la oportunidad a los agricultores que lo deseen en estos momentos de modernizar su explotación".

Desde esta organización agraria en la provincia insistieron en que la modernización de las explotaciones agrarias es una de las líneas de trabajo que debe seguir apoyando e incentivando la Administración andaluza para, así, contribuir a mejorar aspectos productivos de las explotaciones más obsoletas y para ayudar a aquellos jóvenes que así lo deseen a incorporarse al sector agrario.

Sólo en el caso de la convocatoria de 2010, según recordaron desde ASAJA-Almería, fueron 244 las solicitudes aceptadas que, en total, sumaron una cuantía de 6,7 millones de euros para una inversión de 14,5 millones de euros.

MAYOR APERTURA DE FRONTERAS

La Unión Europea y Marruecos inician contactos para un acuerdo de libre comercio "profundo y global"

Entre los objetivos de estos nuevos contactos se encontraría el "simplificar" y "suavizar" las exigencias en seguridad alimentaria

■ CIA

Si la aprobación del acuerdo de libre comercio entre la Unión Europea (UE) y Marruecos en materia agrícola cayó como un jarro de agua fría sobre el sector hortofrutícola almeriense, una mayor apertura de fronteras podría resultar ya desastrosa para la provincia. El pasado 22 de abril, los Veintisiete y el país norteafricano iniciaron en Rabat una serie de contactos formales que, según indicó el propio Ejecutivo comunitario, a través de un comunicado, persigue cerrar un acuerdo de libre comercio "profundo y global", que mejore las condiciones de la asociación actual, favorezca la integración del país magrebí en el mercado único y dé garantías de seguridad a los inversores.

Entre los aspectos que se prevé tratar durante esta nueva ronda de contactos se encontrarían el "simplificar" y "suavizar" algunas de las barreras comerciales relacionadas con exigencias en materia de seguridad alimentaria. Precisamente ésta ha sido una de las cuestiones que más ha preocupado siempre a los pro-



■ La seguridad alimentaria, a debate. /FHALMERIA

ductores almerienses, que en multitud de ocasiones han visto cómo los requisitos para poder exportar a la UE no eran los mismos para los productos de un país miembro que para los productos llegados de un país no comunitario, en este caso Marruecos. Al aumento de cupos y la liberalización de las exportaciones en algunos productos habría que sumar en un futuro, de llegar a buen puerto las nuevas negociaciones, una mayor flexibilidad en materia de seguridad alimentaria.

El comisario europeo de Comercio, Karel de Gucht, ya ha

mostrado su convencimiento de que las conversaciones "progresen rápidamente" y que sirvan para "animar a otros socios al sur del Mediterráneo para que emprendan en breve discusiones similares".

El inicio de estas negociaciones ya fue anunciado el pasado mes de marzo por el presidente de la Comisión Europea (CE), José Manuel Durao Barroso, y por el primer ministro marroquí, Abdelilah Benkirane. A esta primera ronda de reuniones está previsto que se sume una segunda a finales del mes de junio, en este caso, en Bruselas.

PROMOCIÓN EN ORIGEN

HORTYFRUTA sigue dando a conocer sus servicios entre empresas del sector

■ I. F. G.

La Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA) continúa realizando jornadas de información y promoción entre las empresas del sector hortofrutícola, con el objetivo de difundir las herramientas y servicios que la organización pone a su disposición, junto a las líneas de trabajo que desarrolla en la actualidad, tanto en origen como en destino.

En este sentido, y desde que comenzara este año 2013, HORTYFRUTA ha llevado a cabo jornadas informativas en comercializadoras situadas en puntos estratégicos de la región, con el fin de que los integrantes del sector puedan reunirse y conocer, de primera mano, sus líneas de trabajo. Entre ellas, la Interprofesional andaluza ha querido compartir con las empresas participantes en estas jornadas las acciones llevadas a cabo y los re-

sultados obtenidos por la campaña de promoción de las hortalizas que realiza junto con PROEXPORT, 'We Care, You Enjoy!'. Esta campaña, que ha alcanzado ya su primer año de vida, está cosechando un gran éxito en sus mercados objetivos.

Junto a esto, en las reuniones mantenidas, desde HORTYFRUTA se informa acerca de sus propuestas centradas en la mejora de la higiene rural en el sector hortofrutícola andaluz.



■ La gerente de HORTYFRUTA, María José Pardo, en una de las jornadas. /FHALMERIA

PRECIOS AGRÍCOLAS

Pepino

El pepino español es el único que mantiene el tipo en estas semanas

El pepino está registrando disparidad de precios en estas últimas semanas, ya que el español es el único que sube sus cotizaciones en comparación con el pasado mes y estos días roza los 0,80 euros el kilo. Se mantiene el francés, que sigue sobre los 0,60 euros, mientras que el Almería baja hasta los 0,38 euros.

Pimiento

Bajada total de precios por parte de los pimientos en todos sus tipos

Los precios de los pimientos han notado un descenso notable estos días, sobre todo en el caso de los California, que rondan entre los 0,36 euros del verde y los 0,74 del rojo. Los lamuyos, aunque bajan, siguen rondando los 0,80 euros, mientras que el italiano verde es el único que se salva superando el euro.

**Judía**

La stryke se salva ya que se mantiene por encima de los 3 euros el kilo

Las judías también han registrado un descenso generalizado en sus precios este mes, ya que la demanda ha bajado, así como su producción. La única que se salva es la stryke, que está por encima de los 3 euros el kilo, seguida de la perona roja que, roza los 2,50 euros. La helda, larga y eme-rite rondan los 1,50 euros.

Berenjena

La berenjena es la mejor hortaliza en estos momentos y sube de precio

La berenjena, tanto la larga como la rayada, es la única hortaliza que ha mejorado sus cotizaciones durante las últimas semanas en comparación con el pasado mes. La larga sube hasta los 0,60 euros el kilo, mientras que la rayada ronda los 1,50 euros el kilo de media en las pizarras almerienses.

Calabacín

El blanco sigue al alza y ya supera los 0,60 euros el kilo

El calabacín, al igual que el pepino, muestra disparidad de precios en las pizarras, ya que cada tipo ha tenido una trayectoria este último mes. El mejor situado es el blanco, que supera los 0,60 euros el kilo, seguido del fino, que está rozando los 0,50 euros de media, y el gordo, que no llega a los 0,49 euros el kilo.

FRUTA

Los tomates sufren un bajón respecto al pasado mes y solo se salva el daniela

■ E. Sánchez

Los tomates, al contrario del pasado mes, han sufrido un bajón en sus cotizaciones durante estas semanas debido a que aún queda producto de invierno y está empezando a entrar el de primavera. En este sentido, el que mejor posicionado está en las pizarras es el daniela, ya que supera los 1,10 euros el kilo de media, un precio bastante bueno para estas fechas, ya que también está empezando a entrar producto de otros países competidores.

En el caso del tomate liso, éste, aunque baja de cotización, sigue manteniéndose entre los primeros de la lista, ya que roza los 0,90 euros de media en las diversas subastas de la provincia de Almería. Mientras tanto, el resto de tipos, como el daniela verde, pera y ramo están cotizando alrededor de los 0,70 euros el kilo,

un precio algo bajo, pero mejor que el recibido pasadas campañas.

Y es que, según el Informe de Seguimiento del Sector Hortícola Protegido elaborado por la Junta de Andalucía, la mayor parte de la producción comercializada durante el mes de abril procede de plantaciones de ciclo largo. Estos cultivos han sufrido déficit de radiación solar, frecuentes precipitaciones y fuertes oscilaciones térmicas a lo largo del invierno. Además, la entrada en producción de Holanda, Alemania y Bélgica, con productos de menor calidad organoléptica, pero apariencia impecable y larga vida postcosecha, resta cierto interés al producto nacional en los mercados de exportación. No obstante, los mayores precios del producto local siguen favoreciendo el atractivo del tomate español en estos mercados.

PRODUCCIÓN DE PRIMAVERA

El precio medio del melón galia oscila entre los 0,75 y 0,80 euros el kilo

■ E. Sánchez

La producción de primavera ya se está dejando notar en la provincia almeriense y las partidas de melón y sandía ya se encuentran en las comercializadoras con el fin de satisfacer la demanda de mercados y consumidores. En este sentido, según el Informe de Seguimiento del Sector Hortícola Protegido elaborado por la Junta de Andalucía, la comercialización de melón galia crece lentamente en el poniente almeriense. El precio medio del producto oscila entre 0,75-0,80€/kg. Por su parte, las primeras partidas de melón piel de sapo se harán esperar hasta finales de abril o principios de mayo. En cuanto al melón categoría, éste aún está teniendo poco género y no son todos los días cuando se puede comercializar, aún así, sus primeros precios están sobre los 95 céntimos de euro el kilo.



■ Producción de melón galia en el interior de un invernadero. /FHALMERIA

Por otro lado, en cuanto a la sandía se refiere, parece ser que sus primeras partidas llegarán a finales de abril o primeros de mayo en el Levante almerien-

se. Mientras, en el Poniente de la provincia, las ventas de sandía negra con semillas registran un precio medio entre 0,50-0,55€/kg.

AVANZANDO CON EFICIENCIA EN LA GESTIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL AGUA

www.regantessolyarena.com

Sol y Arena
Comunidad Comarcal de Regantes

ANDRÉS GÓNGORA ■■■ SECRETARIO PROVINCIAL DE COAG-ALMERÍA

“Mis primeros recuerdos son jugando en el invernadero de mi padre, en San Isidro”

Andrés Góngora conoce COAG desde muy joven. Su progenitor pertenece a la organización agraria desde finales de los años '80

■ Rafa Villegas

El pasado 7 de abril, COAG eligió a Andrés Góngora para que comience su tercer mandato. Por este motivo, este periódico ha querido hacer un repaso por su vida y los retos que pretende afrontar.

Pregunta.- ¿Cuándo tuvo su primer contacto con la agricultura?

Respuesta.- El primer invernadero que puso en marcha mi padre fue en San Isidro, en el año 1979, yo nací tres años antes pero ya cultivaban en la calle. Entonces, mis recuerdos de la infancia, de jugar... se corresponden con momentos en la explotación. La casa estaba además en el entorno de la finca.

P.- ¿Cuándo tuvo su primer invernadero?

R.- Primero tomé a renta 5.000 metros de invernadero de mi padre, con 18 años. Antes de eso, desde los 16, trabajé en la explotación. Pero a partir de los 18 ya empecé a comercializar por mi cuenta, junto a mi hermano.

P.- ¿Cuándo decidió defender, de una manera más activa, los intereses del sector agrícola perteneciendo a una organización agraria?

R.- Mi padre se afilió a la organización a finales de los '80, desde que se relanzó COAG en la provincia. Por ello, en mi casa ha habido siempre mucha vinculación con la organización. Así que, desde que tenía 14 ó 15 años recuerdo haber acudido a movilizaciones y actos de COAG con mi padre. Cuando ya cogí tierra fue cuando comencé a participar más activamente en el Comité Comarcal de Níjar.

P.- ¿Cuál fue su primer cargo en la organización?

R.- En el Congreso de Adra entre el año 2000 y 2001 empecé a formar parte de la Ejecutiva Provincial como representante de Níjar. En 2003 encabecé la Secretaría Local de COAG en Níjar.

P.- ¿Cuándo le eligieron secretario provincial?



■ El secretario provincial de COAG-Almería y responsable estatal de Frutas y Hortalizas de COAG en el ámbito nacional. /FHALMERIA

R.- Fue en 2004.

P.- El 7 de abril le reeligieron para afrontar su tercer mandato, ¿en qué va a centrar sus esfuerzos?

R.- Hay trabajo por realizar en el sector. Tenemos que trabajar en afianzar, en clave interna, la organización. Debemos reivindicar por el sector y por las organizaciones agrarias, que en algunos casos se les apunta como que no se sabe muy bien qué función tienen. Todas son necesarias, y por supuesto COAG. Hay que trasladarle al agricultor la necesidad de participar y formar parte de ellas, fortaleciendo el asociacionismo en la provincia. Si bien es cierto que somos punta de lanza, ya que el nivel de afiliación aquí es mayor que en la mayoría del resto de provincias y tiene una organización fuerte, pero hay que fortalecerlo aún más. Hay que redoblar los esfuerzos para destacar el papel que deben realizar los comités locales, esa gente que de forma totalmente desinteresada está ahí, porque son los primeros que atienden cualquier necesidad del agricultor. Debemos afianzarnos aún más como organización, para crecer en un contexto social, político y sindical en el que hay que ser generosos en el crecimiento

y mirar al resto de organizaciones y hacer un sindicalismo participativo en las ideas. Se ha avanzado mucho en la relación con el resto de organizaciones agrarias, que es buena y fluida actualmente. Ése es el camino a seguir, marcando posiciones conjuntas, algo determinante para darle sensatez a la reivindicación y darle prosperidad al sector. Luego, en el ámbito sindical, nos enfrentamos a la determinante reforma de la PAC, que ha dejado a sectores como el hortofrutícola marginado, se ha liberalizado su comercio, no se ha protegido y, por lo tanto, en este proceso de reforma, las frutas y hortalizas deben contar. Y también tienen que contar a la hora de la distribución de las ayudas económicas. Las frutas y hortalizas son las que más empleo y riqueza, dentro del sector agrícola, generan. Queremos ver esos apoyos reflejados en los presupuestos. También a aquellos sectores que están en la economía real, agricultores y ganaderos que trabajan a diario. También es necesario fortalecer la imagen del sector agrario; siempre se le ha acusado de dañino con el medio ambiente y eso es falso. Se ha avanzado mucho en la imagen, pero hay que seguir haciéndolo. Creo

que los agricultores somos un ejemplo de respeto medioambiental. También queremos seguir ayudando a los agricultores en sus problemas propios, no sólo en los colectivos, por temas como incidencias con una semilla, con un plástico, una carta que le llegue de la Administración y no comprenda, todo eso forma parte también de nuestra labor.

P.- ¿Quiénes forman parte de la nueva Ejecutiva Provincial?

R.- En el Comité de Huércal Overa se ha elegido a Manuel Pérez Reche, que sustituye a Ramón Ruiz Parra. En Los Vélez sigue Juan Pedro Miravete. En el caso de Níjar, aparte de mí, está Javier Rivas, que se estrena en la Ejecutiva. Por La Cañada (Comité Comarca del Andarax) entra Inmaculada Idáñez, es muy importante contar con mujeres en la Ejecutiva y, además, es la responsable estatal de CERES, por lo que puede acudir a foros donde defender mejor al campo almeriense, además agricultora de tomate, no que venga por cuota. En el Poniente, José Antonio Prados sigue en Adra/Balanegra, Juan Manuel Vidaña en El Ejido, José Antonio Moreno en Vicar, en Roquetas de Mar continúa Andrés López y en La Mojonera ha habido un cambio, ha

entrado Joaquín Crespo, hombre histórico de la organización en su municipio, en sustitución de José Miguel Pérez, también de los más antiguos de la Ejecutiva, que lo deja para formar parte del Comité.

P.- Compagina su cargo de secretario provincial con el de responsable estatal de Frutas y Hortalizas de COAG, ¿existen muchas particularidades en ese subsector o los problemas a los que hacen frente son comunes?

R.- Muchas veces creemos que de un calabacín a una manzana hay mucha diferencia, pero si analizas los problemas se ve que lo único que hay que cambiar es donde pone calabacín poner manzana y donde pone competencia con Marruecos poner competencia con Chile. Los lazos de unión son increíbles. La globalización nos tiene en el mismo sitio a todos, con la dependencia de fitosanitarios, de fertilizantes de grandes multinacionales, el precio de las semillas o royalties, situaciones de inclemencias meteorológicas, las dificultades de los mercados...

P.- Esta campaña está siendo más positiva en cuanto a precios, ¿a qué se puede deber?

R.- La ley de la oferta y la de-

ENTREVISTA

manda se cumple totalmente en este sector. El precio se marca siguiendo este principio económico. Este año hemos tenido un descenso de la producción aquí y en otras zonas de producción de países competidores, aunque han existido picos de producción, especialmente en otoño, cuando sí hubo dificultades. En invierno ha ido mejor, regulándose el precio. Es por ello que se necesita un mecanismo que nos permita, más allá de los factores climatológicos o de las plagas, controlar la oferta y la demanda.

P.- ¿Qué peculiaridades tiene Marruecos como exportador de hortalizas a la UE?

R.- Aparte de tener un acuerdo preferencial de comercio, en los últimos años se han instalado allí empresas con el único objetivo de exportar a Europa. No es que sus excedentes de producción los exporten, sino que directamente tienen el fin de exportar todo a la UE. No se plantea el mercado local u otros alternativos. Son necesarias medidas de control político, pero no hay voluntad. Si no se corrige esta tendencia lo pasaremos mal, cada vez hay más fincas en Marruecos.



■ Andrés Góngora con la nueva Ejecutiva Provincial. /FHALMERIA

P.- Con las arcas vacías en las administraciones, ¿cuál cree que es la solución para luchar contra los robos en el campo?

R.- La vigilancia privada, rotundamente no. Veo a la delegada

del Gobierno, Carmen Crespo, por la labor de solucionar el problema. Se necesitan reuniones fluidas con la fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado para ir marcando los problemas por fe-

chas, por ejemplo, en este tiempo, hay que alertar de los robos de colmenas. También debemos la Administración y nosotros como organización asesorar para que ningún agricultor adquiera

material de segunda mano que pueda proceder de un robo. Se necesita mano dura con los que roban y con el mercado negro.

P.- Ya se están comercializando melones y sandías en la provincia, ¿pero cree que se va a concentrar la mayoría del producto?

R.- Algo de avalancha de melón y sandía sí se espera. Pero no habrá problemas si hace buen tiempo en Europa y, por lo tanto, hay un buen consumo de estos productos.

P.- La agricultura sigue siendo, pese a la crisis, el pilar económico fundamental de la provincia, ¿tiene futuro?

R.- Indudablemente sí. Producimos alimentos, no bienes industriales que se desfasan. Siempre va a haber un mercado que demande nuestros productos. Nuestra capacidad de innovar está sobradamente demostrada. Lo que no se puede saber es qué y cómo produciremos en cinco o seis años. Si miramos diez años atrás veremos que todo era muy diferente. Creo que vamos hacia un empuje a la dimensión de las explotaciones, cada vez más grandes para hacerlas más competitivas.

Aportan Calibre



Montemayor RZ
Kilos precoces

Monterojó RZ
Calidad en ramo

VALORACIONES

Arranca la campaña de melón y sandía y las primeras partidas alcanzan una gran calidad

Sólo los precios de ambos productos no convencen ni a comercializadores ni a productores, que apuntan a la competencia de terceros

■ Isabel Fernández

La campaña de primavera ya ha comenzado oficialmente. Las primeras partidas de melón y sandía de Almería ya están llegando a los mercados y, de momento, tanto agricultores como comercializadores coinciden en la buena calidad del género provincial. De hecho, José Aguilera, responsable de melón Galia de Agroponente, comentó que “la producción está siendo bastante regular”, tanto que “está saliendo muy bien en lo que se refiere al sabor, a los grados Brix, y los primeros melones Galia tienen muy buen comer”. De momento, no es mucho el volumen de este tipo de melón que se está comercializando, entre otras cuestiones porque la campaña se ha retrasado, según Aguilera, en torno a unos 10 días, debido al clima. Así, explicó que “el frío continuo, sobre todo por la noche y a primeras horas de la mañana, así como las lluvias de marzo han dificultado la maduración del fruto”. En cualquier caso, “esperamos que las cantidades vayan aumentando en los próximos días”.

De momento, el melón Galia es el tipo que, mayoritariamente, se está recolectando, aunque, tal y como apuntó Aguilera, “ya se está cortando algo de Cantaloup” y para los primeros días de mayo se prevé que los agricultores comiencen a cortar los tipos piel de sapo.

Por otro lado, y en lo que respecta a la sandía, Andrés Góngora, secretario provincial de COAG, apuntó que “ya estamos viendo las primeras partidas” y, por lo pronto, “la calidad está siendo buena, no estamos teniendo problemas de maduración”. El único problema que, por ahora, se están encontrando los productores de sandía es que “los volúmenes no están siendo los esperados”, debido, en gran medida, al clima que, como en el caso del melón, también ha retrasado los cultivos. Como dato



■ Los agricultores están siendo muy rigurosos a la hora de cortar tanto melón como sandía en su punto óptimo. /FHALMERIA



■ La fuerte demanda de sandía negra con semillas está siendo la ‘anécdota’ de este inicio de campaña. /FHALMERIA

“curioso” en este inicio de la campaña de sandía, Góngora se refirió a la gran demanda de sandía negra con semillas con la que se están encontrando los agricultores. “La sandía negra con semillas, de la que muchos dijimos que no había demanda y que, prácticamente, estaba condenada a la desaparición, es en este inicio de campaña el tipo más buscado”, explicó.

La buena calidad tanto del melón como de la sandía almerien-

ses no sólo la reconocen los agricultores y los comercializadores, sino que también la Administración andaluza la confirma. En este sentido, según los datos facilitados a fhalmería por la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, desde que comenzara la campaña se han realizado inspecciones en 26 empresas de la provincia y, por ahora, sólo ha habido que destruir algo más de un 3% de sandía por estar ahuecada. En cualquier caso, desde la Delegación insistieron en que el volumen comercializado hasta la fecha es muy escaso, apenas el 8% de las casi 485.000 toneladas que, en total, se producirán en la provincia de melón y sandía en esta campaña.

PRECIOS

Pese a la buena calidad de las dos frutas, lo cierto es que, de momento, los precios no están acompañando. En el caso del melón, según comentó José Aguilera, “se está vendiendo entre 0,65 y 0,70 euros el kilo, de media en todos los tipos y en todos los calibres”, unas cifras que, “en general, son bajas”. Para Aguilera, el precio medio debería oscilar en torno a un euro; sin embargo, reconoció que “tenemos una fuerte competencia de nuestros vecinos del sur, que tienen mucho melón y de calidad”.

La sandía, por su parte, no está corriendo mejor suerte y, de hecho, Andrés Góngora señaló que su precio medio oscila entre los 0,55 y los 0,65 euros el kilo pagados al agricultor, unas cotizaciones que “no son muy buenas”. En el caso de esta fruta, “esperamos que se reactive el consumo, en parte, gracias al clima”, comentó Góngora, quien añadió que también espera que, poco a poco, “la sandía de Senegal y de otros terceros países se acabe”. La presencia aún en los mercados comunitarios del género llegado de estos lugares hace que “muchos distribuidores aún no tengan puestos sus ojos en Almería”.

Según la Junta de Andalucía, esta campaña se cultivarán en la provincia unas 5.500 hectáreas de sandía y unas 3.700 de melón, prácticamente la misma cifra de hace un año.

Los productores del Levante prevén iniciar la recolección a principios del mes de junio

En el Levante almeriense no será hasta primeros de junio cuando los agricultores comiencen a recolectar las primeras sandías; de hecho, y según afirmó Pascual Soler, presidente de Tomasol, “aún estamos plantando”, entre otras cosas, porque, en esta zona,

las plantaciones se hacen al aire libre o bajo malla. Con respecto a la previsión de superficie, Soler apuntó que, salvo las grandes empresas, que han aumentado sus hectáreas, en el caso de los pequeños productores, “se ha reducido” por los bajos rendimientos.

Especial de PIMIENTO

La próxima campaña se sembrarán 7.400 hectáreas de pimiento que producirán 513.000 toneladas que tendrán un valor aproximado de 340 millones de euros

Elegir la variedad adecuada es muy importante

Este especial analiza las mejores variedades que hay en el mercado



PRONÓSTICOS



■ Los pimientos mini dulces se han hecho un hueco en los mercados de destino, especialmente en el alemán y en el británico, por su gran calidad y excelente sabor. /FHALMERIA

Las previsiones apuntan al mantenimiento de la superficie de pimiento el próximo año

■ Rafa Villegas

Los productores de pimiento ya se están preparando para realizar los trasplantes de esta hortaliza en los próximos meses. Las previsiones apuntan a subidas de algunos tipos y bajadas de otros, lo que supondrá que no se produzcan grandes variaciones de superficie con respecto a la campaña 2012/2013.

El secretario provincial de COAG-Almería y responsable estatal de Frutas y Hortalizas de COAG en el ámbito nacional, Andrés Góngora, ha criticado que se dé por buena la última campaña de pimiento ya que, a su juicio, “la producción ha bajado bastante y el precio ha sido muy normal, no para lanzar cohetes”.

Por tipos de esta hortaliza, el California se mantendría en cifras similares a las de la presente campaña, el lamuyo podría ir a menos y las especialidades dulces gourmets y los italianos aumentarían su número de hectáreas en el ejercicio 2013/2014

La mayor parte de las fuentes consultadas coinciden en señalar la posibilidad de que se produzca, de cara al próximo ejercicio agrícola, un descenso de la superficie cultivada de pimiento tipo lamuyo, cifras muy similares a las de este año en California y, por el contrario, una previsible subida de las hectáreas de italiano y las especialidades dulces de menor tamaño.

TIPO ITALIANO

El ascenso previsto, tras años de disminuciones continuadas de la superficie, del cultivo del italiano podría justificarse por el alto

precio que, incluso a estas alturas de la campaña, está presentando. Góngora se ha mostrado “sorprendido” por su buen funcionamiento, tras años de bajos precios. Esta coyuntura podría animar, como ha explicado el máximo dirigente de COAG-Almería a “agricultores, especialmente de alhóndigas, a intentar probar suerte con este producto”.

La clave del posible incremento de superficie de italiano en la provincia podría encontrarse en que la demanda, por parte de los diferentes mercados de destino, se ha mantenido intacta, pero, por el contrario, han disminuido con-

siderablemente el número de hectáreas cultivadas de este producto y, por consiguiente, se estaría confirmando una vez más la ley de la oferta y la demanda, que a más demanda y menor oferta se produce una subida de las cotizaciones.

ESPECIALIDADES DULCES

Por otra parte, la buena acogida que han tenido las variedades de pimiento dulces de reducidas dimensiones las hace muy atractivas para muchos agricultores. Estos pimientos, que son unas auténticas delicatessen, están logrando consolidarse en mercados gourmets tan importantes como el británico y alemán.

Respecto a estas variedades tan especiales de pimientos, Andrés Góngora ha explicado que, además, “se adaptan muy bien a climas de una mayor dificultad en la provincia, son muy atractivos, habiendo de una amplia gama de colores y tienen a su favor que son muy consistentes y tienen un buen aguante”.

Estas especialidades son fruto de la clara apuesta por la investigación, la innovación y el desarrollo que llevan a cabo las casas de semillas, lo que les posibilita lograr variedades específicas para Almería.

El italiano cuesta menos producirlo y no requiere fincas modernas

El pimiento italiano se adapta a la perfección al clima de la provincia almeriense y consiente alargar, con destalle y su correspondiente rebrote, la campaña. Además, esta hortaliza se puede cultivar en invernaderos menos modernos, algo que sí exigen, por ejemplo, los California o, por otra parte, los pepinos tipo Almería.

Al contrario que el resto de pimientos, el italiano presenta unos costes de producción más asequibles, lo que lo convierte en una posibilidad para agricultores que no puedan permitirse gastos elevados. Así, el italiano se puede comparar, en ese sentido, a los calabacines, que han sido y son, campaña tras campaña, la salvación para productores que hayan tenido dificultades económicas en el ejercicio agrícola anterior.

La regularidad en precios de este ejercicio garantiza la inversión

Uno de los problemas más importantes a los que tienen que hacer frente los agricultores cuando se deciden a cultivar pimiento es, sin lugar a dudas, el alto precio de las semillas. Sin embargo, tras una campaña, como la actual, en la que los precios, aunque no han sido espectaculares, sí son superiores a los de años anteriores, está garantizado

que los productores podrán llevar a cabo la inversión.

Lo cierto es que, como ha explicado el secretario provincial de COAG-Almería, Andrés Góngora, “además del alto precio de las semillas, se trata de un cultivo que es muy lento a la hora de producir”. Por lo tanto, como ha añadido Góngora, “no todas las economías familiares se

pueden permitir tener una hectárea de pimiento, máxime cuando las semillas se tienen que pagar inmediatamente, sin plazos”.

En cifras, Góngora ha cifrado en unos “7.000 euros por hectárea, aproximadamente, el precio de un cultivo de pimiento y hay que tener en cuenta que aunque se siembren incluso en los meses de mayo y junio, no se empiezan a coger kilos hasta octubre, por lo que no se lo pueden permitir todos”.

TIPOS CALIFORNIA E ITALIANOS

Ramiro Arnedo ofrece la más alta calidad en su amplio catálogo comercial de pimiento

■ Rafa Villegas

Ramiro Arnedo puede presumir de contar con un amplio catálogo de pimientos para los agricultores almerienses de todos los tipos y para todos los segmentos. El compromiso con la I+D+i ha llevado a la empresa a conseguir unas variedades que destacan por su gran calidad, la buena formación del fruto, el aspecto, la seguridad y, fruto de todo ello, la buena acogida en los mercados.

ITALIANOS Y CALIFORNIA

Rigoletto F1, Vinci F1, Brindisi F1, Vegas F1 y Coliseo F1 son solo cinco ejemplos de los excelentes pimientos italianos que forman parte del amplio catálogo de Ramiro Arnedo.

Rigoletto F1, ideal para trasplantes de principios de agosto a mediados de septiembre y de finales de noviembre hasta la última semana de febrero, destaca por su precocidad y la excepcional calidad de su fruto. La planta de este italiano de color verde oscuro, con acabado en morros, presenta un vigor medio y un crecimiento lento. Resalta por su fácil cuajado en los primeros cruces. Su fruto tiene una longitud de entre 22 y 27 centímetros, pared fina y una superficie rugosa y brillante. Cuenta con todas las resistencias necesarias.

Vinci F1 es una de las novedades de este año. Este pimiento

Los agricultores tienen a su disposición los California e italianos que se adapten mejor a sus necesidades, con la garantía de esta casa de semillas española, que mejora cada día gracias a sus continuados esfuerzos en I+D+i



■ Pimientos italianos Coliseo F1, de Ramiro Arnedo. /FHALMERIA

italiano verde está indicado para trasplantes en la última quincena de agosto y todo el mes de septiembre. Su planta presenta un vigor medio-alto y un crecimiento controlado, además de un buen cuaje. Sus frutos son de alta calidad, de entre 20 y 25 centímetros, rectos, de color oscuro, con una pared fina, una superficie rugosa y brillantes. También cuenta con todas las resistencias necesarias.

Otra novedad es Brindisi F1, italiano dulce cónico precoz, in-

dicado para el mismo período de trasplante que Vinci F1 y que ofrece unos frutos de 22 a 25 centímetros de longitud, terminados en punta y con una pared lisa de color verde de medio a oscuro. Su alta productividad con un elevado porcentaje de frutos rectos, su doble aptitud para rojo y verde y sus resistencias lo hacen muy completo.

Vegas F1 es un italiano verde todoterreno que destaca por su elevada producción y su muy buena capacidad de rebrote. Sus



■ El pimiento California amarillo Airen F1. /FHALMERIA

frutos, de entre 23 y 27 centímetros de longitud, son bastante rectos y lisos y acaban en morros. Se aconseja trasplantarlo desde la segunda semana de julio a finales de agosto, así como de diciembre a febrero.

En italiano tardío destaca Coliseo F1, pimiento rugoso con una planta con un buen cuaje, fruto de pared fina, de 22 a 26 centímetros, de color verde oscuro y brillante.

En California verde destaca, por su alta producción, Gracia-

no F1, California temprano muy consistente y con paredes lisas.

Airen F1 es un California amarillo que llama mucho la atención por su forma. Es ideal para trasplantes medios.

Mientras que en rojo destacan Lucero F1, conocido por su color intenso y alto porcentaje de frutos de cuatro lóculos, ideal para trasplantes medios, así como Mencía F1, novedad de Ramiro Arnedo, indicado para trasplantes tardíos, consistente y muy resistente.



PIMIENTO
VEGAS
ITALIANO

RAMIRO ARNEDO
semillas

UNA AMPLIA GAMA EN TODOS LOS SEGMENTOS

Fitó lidera el segmento de lamuyo y afianza su apuesta por Delux, Olvera y Abadía

El primero es un California amarillo que destaca por su "inmejorable" conservación, mientras que Olvera y Abadía son californias rojos

■ CIA

La gama de pimiento para invernadero de Semillas Fitó sigue siendo una apuesta segura en la zona de Almería, ya sea en lamuyo, California o pimiento italiano. Así, empezando por el lamuyo, donde Fitó es líder del mercado, Salvador Peramo, Product Manager de Solanáceas de Semillas Fitó, comenta las novedades de Fitó para esta campaña: "Las dos principales novedades para la próxima campaña de lamuyo en Almería son Marquesado y Monarcado. La primera, para trasplantes extra tempranos, y Monarcado, para trasplantes tempranos-medios. Ambas variedades se caracterizan por la facilidad de cuaje con calor, rapidez de viraje a rojo y las resistencias que presentan (Tm: 0-3 y TSWV:P0 en el caso de Marquesado y Tm: 0-3, TSWV:P0 y PVY: 0 para el Monarcado)".

Para Salvador Peramo, estas novedades completan perfectamente todo el ciclo de lamuyo: "En este momento, podemos decir que Fitó es líder de pimiento lamuyo en Almería, entre otras cosas porque nuestra gama de lamuyos cubre todos los segmentos de siembra de esta zona. Detallando la



■ Marquesado es un pimiento lamuyo para trasplantes extra tempranos.



■ Delux ha duplicado sus ventas de semillas esta campaña por sus resultados.

amarillo Delux, que ha duplicado las semillas vendidas en la campaña pasada por sus buenos resultados. Para Francisco Javier Rodríguez Usero, del Departamento Comercial de Fitó, "Delux está teniendo muy buena aceptación por su inmejorable conservación poscosecha, que le permite poderse recoger perfectamente hasta finales de marzo, lo que beneficia a las cooperativas y distribuidores para llegar a todos los mercados y beneficia al agricultor, que puede aguantar más el pimiento si los precios son bajos y esperar a que repunten". Delux es un pimiento California amarillo para trasplantes del 20 de julio al 10 de agosto.

Además, se mantiene la oferta de California de Fitó, que cuenta con variedades en rojo tan demandadas como Olvera y Abadía. Olvera es una variedad para siembras medias, con resistencia a L3 y spotted, con una excelente calidad y su productividad. Para siembras medias-tardías, Semillas Fitó dispone de Abadía, que presenta un buen porte de planta, calidad excepcional de frutos para su exportación y resistencia a L4 y spotted.

El catálogo de pimientos de Fitó también cuenta con una interesante oferta de pimiento italiano, con variedades como Aneto, Gredos o Beret, que responden a las exigencias actuales del mercado.

gama actual, tenemos Marquesado para las siembras extra tempranas, Soberano y Monarcado para siembras tempranas, Segura para las medias y Ebro para las siembras más tardías".

Asimismo, Semillas Fitó cuenta con variedades que se adaptan a las necesidades de la cadena productiva: en invernadero, el lamuyo Samblas y el California Maestral, y, en pleno campo, Alcuía, Ramonete, Manolo y Pairal componen la gama de lamuyos, oferta que se completa con los californias Tomelloso, Carisma, Castelo y Castilla.

DELUX, EN AMARILLO

En pimiento California destaca para esta campaña la variedad de

LÍDER INDISCUTIBLE EN EUROPA

El pimiento almeriense alcanzó una cuota de mercado del 90% en enero

■ I. F. G.

El pimiento almeriense alcanzó una cuota de mercado del 90% durante el pasado mes de enero en Europa. Así se desprende de los datos facilitados por la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA) y que vienen a poner de manifiesto el liderazgo de este producto cultivado en la provincia durante uno de los

meses más duros de todo el invierno.

Las especiales condiciones climáticas de la provincia, así como el éxito de la horticultura invernada, han hecho posible que Almería se convierta durante los meses más fríos en, prácticamente, el único proveedor de pimiento del Viejo Continente. Bien es cierto que países como Israel, por citar sólo un ejemplo, también exportan este producto

a Europa, aunque no llega a alcanzar, ni de lejos, la cuota de mercado de Almería, lo que viene a demostrar la predilección de los consumidores comunitarios por el producto de la provincia.

Asimismo, los datos de la Interprofesional recogen que el 92% del pimiento almeriense tiene como destino final, además de España, países como Francia, Alemania, Holanda y Reino Unido.



■ Pimiento listo para ser enviado a destino. /FHALMERIA

EN ALMERÍA

El pimiento sustituye en el primer puesto al tomate en valor de ventas al exterior

La provincia incrementa un 3 por ciento el valor de las exportaciones de verduras en los dos primeros meses del año, según la Junta

■ Rafa Villegas

Tras años y años de liderazgo del tomate en el ranking de productos más vendidos por la provincia de Almería en el exterior, el pimiento ha conseguido reemplazarlo en la primera posición.

Concretamente, entre enero y febrero, las empresas almerienses vendieron pimiento por valor de 156,8 millones de euros, lo que representa un 24,1 por ciento del total. Las exportaciones de tomate, con el mismo porcentaje, facturaron 156,5 millo-

nes de euros. Mientras, en tercer lugar se mantiene el pepino, con un 14,8 por ciento de la cuota de mercado; seguido del calabacín, con el 6,7 por ciento, y de la berenjena, con el 4,6 por ciento. Todo ello según los datos del ICEX que ha elaborado la Delegación Territorial de la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente.

VOLÚMENES TOTALES

En total, las empresas hortofrutícolas almerienses, en más de 10.000 operaciones comerciales, exportaron entre enero y febrero pasados 498,2 millones de kilos de hortalizas frescas, volumen que representa un incremento del 8 por ciento en comparación con el mismo período del año 2012. En cuanto al valor de estas exportaciones, as-

cendió a 531 millones de euros, un 3,04 por ciento más que en el mismo mes del año pasado, incremento que se debe al comportamiento del mes de enero, que ha compensado el descenso de ventas de febrero.

En enero y febrero, Almería concentró el 47,8 por ciento de las exportaciones de hortalizas frescas de España, por delante de Murcia (21,5%) y Valencia (7,4). Además, las hortalizas frescas supusieron el 81,7 por ciento del valor de las exportaciones de la provincia. De fruta, Almería exportó 930.200 kilos, un 1,8 por ciento menos, pero un 6 por ciento más caras.

Alemania fue el principal destino de la producción con unas compras valoradas en 166,7 millones de euros, adquiriendo casi un tercio de las verduras.



■ Pimientos almerienses de primerísima calidad. /FHALMERIA

Pimientos

Marquesado, Soberano, Segura y Ebro

Líderes en todo el ciclo de Lamuyo



www.semillasfito.com

fito

A MÁS

España se distancia de sus competidores en exportaciones de pimiento a la UE

Holanda perdió fuelle la pasada campaña, mientras que Marruecos y Turquía no consiguieron mejorar su posición en el mercado

■ Rafa Villegas

El pimiento almeriense y del conjunto de España lograron, según los datos del Análisis de la Campaña Hortofrutícola de Almería de la campaña 2011/2012, elaborado por el Servicio de Estudios de la Fundación Cajamar Caja Rural, aumentar su liderazgo en exportaciones a la Unión Europea. Concretamente, el territorio nacional fue el primero del ranking, con una cuota de mercado del 38,9 por ciento, con un aumento del volumen exportado del 7,2 por ciento.

Esa cuota de mercado es aún mayor en meses como noviembre y diciembre, cuando uno de cada dos pimientos que se distribuyen en los mercados comunitarios procede de España. Ese aumento de la producción conllevó, como viene siendo habitual, una disminución del valor, concretamente de un 2,10 por ciento.

El segundo país que más pimiento distribuye en la Unión Europea es, una vez más, Holanda. En su caso, la pasada campaña disminuyeron su representatividad en el mercado de un 30,3 por ciento a un 28,9.

Dentro de la Unión Europea, aunque con cifras más modestas, también es reseñable la producción de 32.140 toneladas que registró Alemania, lo que supuso una variación negativa del 2,17 por ciento respecto a la campaña anterior. Lo que sí mejoró considerablemente el país teutón fue el precio percibido por sus pimientos, que aumentó un 14,97 por ciento, pasando de los 48.621.000 euros de la campaña 2010/2011 a los 55.900.000 de la sucesiva, la 2011/2012.

Por otra parte, en cuanto a los países no comunitarios, según la publicación de la Fundación Cajamar Caja Rural, la pasada campaña retrocedieron ligeramente. El que obtuvo peores resultados fue, sin duda, Israel, que registró una disminución en las exportaciones del 0,96 por ciento



■ Pimientos tipo lamuyo de color naranja de primerísima calidad. /FHALMERIA



■ Pimientos tipo California de color amarillo espectaculares. /FHALMERIA

y una pérdida de valor del 9,38 por ciento.

Finalmente, la presencia de pimiento marroquí en la Unión Europea se quedó estabilizada entre el 4 y el 6 por ciento; muy similar a las cifras registradas por el pimiento turco, que se movió toda la campaña hortofrutícola entre un 3 y un 5 por ciento. Cabe resaltar, no obstante, la importante pérdida de valor sufrida, de un 5,5 por ciento, del pimiento alauita.

En la presente campaña, la 2012/2013, se está constatanando una disminución de la producción de pimiento en Almería, pero también en el resto de España y en los principales países competidores en esta hortaliza. Fruto de ese menor volumen de kilos, los precios han sido, durante la mayor parte del ejercicio agrícola, más elevados que en el anterior. Las cifras definitivas se conocerán durante el período estival.

Holanda es el único país que podría desbancar a España como productor

Pese a que no es algo que se prevea que vaya a pasar en los próximos días, sí es cierto que, de momento, el único país productor de pimiento que podría desbancar del liderazgo a España es otra nación europea, como es Holanda.

El resto de países no comunitarios con volúmenes de producción de pimiento significativos, como es el caso de Israel, Marruecos y Turquía, aún están a mucha distancia del potencial español, pero sí pueden comprometer la comercialización.

www.fhalmería.com

¿Los precios de las pizarras?

Muy fácil



Entra en nuestra web y Pincha en

O escanea con tu móvil este código QR



No te costará nada

BALANCE PIMIENTO

Los agricultores percibieron un 26% menos de precio en la campaña 2011/2012

■ R. Villegas

Los productores de pimiento han percibido menos precio por esta hortaliza en la campaña 2011/2012 que en la anterior. Concretamente, el precio medio por kilo ha sido, según los datos de la Delegación Territorial de la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, de 0,656 euros, mientras que en el ejercicio agrícola precedente se registraron, de media, 0,882 euros por cada kilogramo. La pérdida de valor de un año a otro ha sido del 26 por ciento.



■ Pimientos California. /FHALMERIA

anterior, aunque mayor que en la 2009/2010. Así, en el año agrícola 2011/2012, la rentabilidad se quedó en los 4,555 euros por metro cuadrado, lejos de los 5,68 euros por metro cuadrado de la del año anterior, si bien superior a los 3,74 que se registraron en la 2009-2010.

VALORES POSITIVOS

Lo que sí ha registrado valores positivos ha sido la producción, ya que en 7.388 hectáreas de pimiento, sólo 88 más que en la campaña anterior, en la campaña 2011/2012 se produjeron 512.945 toneladas, 42.682 más que en la precedente. Con estos datos de producción, el rendimiento medio por hectárea ha sido mayor en el último ejercicio que en el anterior, registrando 69.429 kilos por hectárea, 5.009 kilos más, mientras que el rendimiento medio por metro cuadrado ha sido de 6,943 kilos por metro cuadrado, superior a los 6,44 que se registraron en la campaña 2010/2011.

VALOR DE LA PRODUCCIÓN

Este dato ha llevado, como no podía ser de otra manera, a un descenso también del valor de la producción que ha percibido el agricultor y del valor comercializado. La primera variable ha descendido bruscamente con respecto al ejercicio 2010/2011, pasando de 414.772.000 euros a tan solo 336.341.000, por lo que se han perdido, en un año, más de 78 millones de euros. Sin embargo, aunque también ha descendido, el valor final comercializado ha sufrido un descalabro mucho menor, concretamente de poco más de 16 millones de euros, lo que confirma que en crisis de precios los mayores perjudicados son siempre los agricultores.

La rentabilidad final también ha sido menor que en la campaña

MÁS DE 2.700 HECTÁREAS

El pimiento sigue siendo el cultivo con mayor superficie cultivada con lucha integrada

■ CIA

El pimiento sigue siendo el cultivo con mayor superficie cultivada con lucha integrada en la provincia almeriense a pesar de que en la campaña 2011/2012 su cifra descendiera en comparación con el ejercicio 2010/2011. De hecho, en la pasada campaña, en total se registraron 2.720 hectáreas, mientras que en la

2010/2011, la cifra llegó a las 2.835 hectáreas de pimiento con lucha integrada, según los datos ofrecidos por la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente.

Sin embargo, a pesar de ese descenso del 1% que registró el pimiento, este producto sigue siendo el ejemplo del resto de hortalizas que cada vez cuentan con más hectáreas de lucha integrada.

INVESTIGACIÓN



■ Fernando Diánez, Fernando Toresano, Manuel Díaz, Francisco Doñas, Alejandro García y Francisco Camacho son los investigadores.

La UAL estudia la influencia sobre la calidad y producción del fruto de patrones comerciales de pimiento

■ CIA

En la provincia de Almería se cultivan 7000 ha de pimiento. La importancia de este cultivo hace que se hayan adoptado nuevas técnicas para incrementar la producción, tales como el fertirriego, el entutorado y el manejo integrado de plagas.

Sin embargo el uso de plantas injertadas aun no está bien implementado en la región, debido a la falta de patrones comerciales que sean del todo satisfactorios. Por esta razón se planteó evaluar el uso de patrones

comerciales de pimiento. El experimento de la Universidad de Almería constó de cuatro tratamientos con tres repeticiones, tres de los tratamientos fueron plantas injertadas de pimiento variedad Urano sobre los patrones Oscos, AR40 y Tresa, a una densidad de 1,6 plantas/m², como testigo el cultivar Urano a una densidad de 2,3 plantas/m². Se midieron parámetros de producción y calidad.

PRODUCCIÓN

En producción, los pimientos injertados sobre los patrones Oscos y AR40 no mostraron dife-

rencias significativas con respecto al Testigo. En los parámetros de calidad tampoco hubo diferencias significativas entre los frutos procedentes de planta injertada con respecto al Testigo. El tratamiento donde se utilizó el patrón Tresa fue el menos productivo con diferencias significativas, sin embargo fue el que produjo frutos de mayor peso y con más grosor de pared. Los resultados indican que el uso de ciertos patrones incrementa el rendimiento por planta en el cultivo del pimiento a la vez que pueden modificar algunas características del fruto.

POR DETRÁS DEL TOMATE

Es el segundo producto con más número de hectáreas en Almería

■ E. S. G.

Esta hortaliza, junto con el tomate y el pepino, es la que ocupa el podio de los productos con menos aumento de superficie agrícola. De hecho, en la campaña que se analiza, los datos establecen un único incremento de 88 hectáreas, llegando a las 7.388, en comparación con las 7.300 del ejercicio 2010/2011. El pimiento es el segundo producto con mayor número

de hectáreas en la provincia de Almería, por detrás del tomate, aunque es cierto que su evolución se mantiene al alza año tras año.

PRECIO MEDIO

Sin embargo, según los datos obtenidos, parece ser que este pequeño incremento de superficie supuso un aspecto negativo en el precio medio del producto, ya que bajó en comparación con la campaña anterior.



■ Superficie de pimiento.

Repite éxito con **Bily.**

syngenta.

No te la juegues en tus trasplantes tempranos y repite éxito este año con Bily.
Fuerte sistema radicular • Floración y cuaje continuos • Frutos de alta calidad sin cracking
Alto rendimiento comercial • HR a Tm:3 e IR a TSWV:PO

www.syngenta.es

ALTERNATIVAS

Los pimientos asados ya cuentan con un mercado cada vez más consolidado

■ E. S. G.

El sector hortícola almeriense está en continuo cambio con el fin de lograr productos que se adapten a las exigencias de los consumidores y de los mercados de destino. En este sentido, cada vez se están abriendo más caminos a nuevos destinatarios como conservas de hortalizas, los cuales cuentan con una vida postcosecha más larga que el producto fresco. Esto está permitiendo que empresas almerienses logren estar presentes en mercados más selectos y en ferias que permiten dar a conocer alimentos de este tipo. Uno de los ejemplos es la entidad Hortofrutícola Costa de Almería, la cual con su marca QDelicias está ampliando horizontes. Sus pimientos rojos asados ya tienen un hueco en mu-

chos lugares y ahora están trabajando en nuevas recetas con otros productos de la huerta almeriense, pero las pruebas serán exhaustivas hasta encontrar el mejor producto final que se pueda encontrar en el mercado. Desde Costa de Almería aseguran que “trabajamos con el claro objetivo de ofrecer la máxima calidad, por encima de productividad y costes. Además siempre hablamos de productos sin aditivos, ni colorantes, ni conservantes, ni tratamientos térmicos agresivos en busca de una larga vida útil. Por todo esto se mantienen sabores, aromas y texturas que incluso en cocinas caseras son difíciles de preservar. Si añadimos el hecho de que siempre hablaremos de hortalizas, nos encontramos con que además son productos ideales para un estilo de vida saludable”.



■ Pimientos asados con bacalao de Costa de Almería. /FHALMERIA

NUEVOS PRODUCTOS



■ Los pimientos pequeños están teniendo un gran éxito y son ideales tanto para mercado de exportación como nacional.

Variedades mini que aportan un gran valor añadido a esta hortaliza

Las comercializadoras, con ayuda de las casas de semillas, están apostando por variedades mini dirigidas a los más pequeños de la casa

■ CIA

La búsqueda de nuevos mercados es, si cabe, uno de los retos que, hoy por hoy, debe afrontar el pimiento almeriense, aunque no es el único. Para abrir nuevos mercados hay que conquistar a nuevos clientes que no tienen por qué demandar el mismo producto. De este modo, las comercializadoras de la provincia, con la ayuda, como no, de las casas de semillas y de los agricultores, se están adentrando,

por ejemplo, en la producción de variedades ‘mini’, demandadas, en cierta medida, por los mercados del gourmet, pero también dirigidas a los más pequeños de la casa. Estas variedades aportan un gran valor añadido al pimiento, permitiendo aumentar, incluso, su rentabilidad para el productor.

LÍDER

El pimiento almeriense sigue manteniendo, hoy por hoy, su posición de liderazgo en el campo y, en el último ejercicio, sus números fueron sus razones para ser líder. Por ejemplo, casas de semillas como Enza Zaden o Diamond ya cuentan con nuevos productos. La primera de ellas tiene su línea Tribelli, mientras que Diamond cuenta

con pimientos mini cónicos del tipo ‘Sweet Bite’, con tres variedades, una roja, otra naranja y otra amarilla, todos ellos de un extraordinario color y sabor muy dulce, ideales para mercado de exportación y nacional.

La otra novedad es la colección de pimientos mini California y mini lamuyos, en colores rojo, naranja, amarillo y morado; esta línea, además de su bonito y brillante color, tiene también un sabor muy dulce. Son ideales para el mercado de exportación envasados en cajitas con los distintos colores. Todas estas nuevas variedades han sido desarrolladas y seleccionadas en la zona de Almería, por lo que se adaptan perfectamente para ser cultivadas en el Poniente.

PRECIOS

El italiano verde sigue por encima del euro en las pizarras almerienses

■ E. Sánchez

Los precios de los pimientos están siendo bastante buenos a estas alturas de campaña, es más, son muchos los agricultores que todavía tienen bastantes kilos en sus invernaderos debido a las cotizaciones que aún se registran en las pizarras almerienses. El que mejor se está mostrando esta última semana es el italiano verde que supera los 1,20 euros el kilo, sobre todo

gracias a la demanda que está teniendo en el mercado nacional. Igualmente, los pimientos lamuyo, tanto el verde como el rojo, siguen la estela del italiano, ya que entre esta semana y la pasada están rondando el euro el kilo.

CALIFORNIA

Por otro lado, los California son los pimientos que han notado una bajada en sus cotizaciones entre una semana y otra, ya que,

por ejemplo, en el caso del California rojo, éste ha pasado de cotizar a 1,20 euros a 80 céntimos de euro el kilo en la semana del 22 de abril.

Parece ser que durante todo el mes de abril seguirá habiendo pimiento en gran parte del Poniente almeriense, ya que se está aguantando bastante en esta campaña. A partir del mes de junio se comenzarán con las siembras más tempranas de cara al próximo ejercicio agrícola.



■ Pimiento italiano verde. /FHALMERIA

CAMPAÑA 2013/2014

Seminis propone pimientos productivos, de buen color y con un calibre muy comercial

Esta casa de semillas de la multinacional Monsanto ofrece desde un California amarillo que sorprende gratamente por su tonalidad limón como variedades como Tiziano, también amarillo, del que se recolecta un 70 por ciento de tamaño G

■ Rafa Villegas

Los agricultores que decidan plantar pimiento en los próximos meses de cara a la campaña hortofrutícola 2013-2014 y elijan los que les ofrece la casa de semillas Seminis, perteneciente a la multinacional Monsanto, van a tener difícil decantarse por una variedad u otra debido al amplio catálogo tan atractivo que presentan.

CALIFORNIAS ROJOS

Así, por ejemplo, en California rojo los productores pueden confiar en Veleró, en la nueva variedad SV1215PB, así como en Dársena. Veleró, para trasplantes en las tres últimas semanas de junio y la primera de julio, presenta un buen cuaje con calor y, según ha explicado Luis Twose, responsable comercial para pimiento de Monsanto, “se empiezan a coger kilos muy rápido”. Destaca también por su color y calibre entre G y GG.

La novedad SV1215PB es un pimiento temprano muy consistente, que logra un buen cuaje, incluso con calor, es de un color muy llamativo y tiene un alto porcentaje de calibre G. Es ideal para el flow pack.

Dársena es el “más productivo de su segmento”, como ha explicado Twose. Se comporta muy



■ SV1215PB es la nueva variedad de pimiento California rojo de la casa de semillas Seminis. /FHALMERIA

bien bajo control biológico y predomina el calibre G en sus frutos. Es ideal para trasplantes tardíos, de la tercera semana de julio a la segunda de agosto.

CALIFORNIAS AMARILLOS

De California amarillo de Seminis destacan Cócalo, Tiziano y Shanghai. Cócalo es un pimiento temprano muy productivo, muy uniforme, tanto en tamaño como en forma, con una alta firmeza

y gran conservación postcosecha.

De Tiziano, Twose destaca “una recolección media de casi el 70 por ciento de calibre G”. Es ideal para trasplantes medios y tardíos y su fruto realiza un rápido viraje del verde al amarillo.

En cuanto a Shanghai, se trata “del mejor amarillo que hay en el mercado, con un alto porcentaje también de calibre G”, como

ha explicado Twose. Tiene un péndulo largo, que facilita su recolección, y es muy productivo. Su planta es vigorosa y abierta, con un buen equilibrio entre vigor y capacidad de cuaje.

CALIFORNIA NARANJA

Otra novedad muy interesante de Seminis es Quirón. Se trata de un pimiento, para siembras de segmento medio, muy productivo, con un predominio del

calibre G e ideal para el flow pack. Es de un atractivo color naranja, con tres o cuatro lóculos, de elevada firmeza y conservación postcosecha. Se recomienda para trasplantes medios, a mediados de julio. Su planta es abierta, de vigor medio-alto y de escasa emisión de tallos laterales. Se adapta a la perfección tanto para el cultivo tradicional, en espaldera, como para el tutorado del tipo holandés. Su floración es precoz y entra rápido en producción.

OTROS TIPOS DE SEMINIS

En el catálogo de pimientos de Seminis también figuran variedades tan interesantes como Brito, Werta y Candela. El lamuyo rojo Brito resalta por su color y consistencia, por lo que es ideal para comercializarlo en alhóndigas. Se recomienda para trasplantes en junio y principios de julio.

Werta es un italiano dulce, que destaca por su color verde intenso y su brillo. La fecha de trasplante ideal es del 15 de julio a finales de agosto. Su planta es abierta y de vigor medio, con gran facilidad de cuaje con calor.

Respecto a Candela, es un pimiento picante largo y brillante de maduración en rojo, de gran peso y con mucha consistencia. Es ideal para trasplantes medios, especialmente durante el mes de julio.



SV1215PB
te sorprenderá

MONSANTO

Seminis
grow forward

LÍMITE MÁXIMO DE RESIDUOS PERMITIDOS

El pimiento es el producto de países terceros que más alertas sanitarias ha registrado

■ Rafa Villegas

El pimiento es, con diferencia, el producto hortícola que más veces ha figurado en los últimos meses en el registro del Sistema de Alerta Rápida de Alimentos (RASSF, por sus siglas en inglés) por incumplimientos de la normativa fitosanitaria de la Unión Europea por parte de países terceros.

Turquía es, con diferencia, el país productor del que más pimiento se ha rechazado por ese motivo, si bien también se han confirmado casos de este producto procedentes de países norteafricanos, como son Egipto y Marruecos, además de otros de ultramar, como República Dominicana.

El problema de Turquía es que sigue produciendo, en muchas ocasiones, según la legislación fitosanitaria propia y no acorde a la europea, destino final de algunas de sus partidas. El 'azote' de los pimientos turcos es, sin lugar a dudas, Bulgaria, país comunitario que más palets de producciones turcas bloquea. Así, por ejemplo, el 9 de marzo, este país del Este de Europa bloqueó y destruyó un envío de pimiento fresco turco por contener 0,09 miligramos por kilo de clofentzine, una materia activa de la que la legislación de la Unión Europea sólo permite restos en esta hortaliza de 0,02 miligramos por kilo.

Turquía ha sido el país que ha introducido más partidas de esta hortaliza con una mayor cantidad de restos de materias activas de las permitidas en la Unión Europea, aunque también han incumplido Egipto, República Dominicana y Marruecos



■ Los pimientos almerienses no han dado ni un solo problema de residuos en los últimos años, señal del buen trabajo de sus agricultores. /FHALMERIA

Apenas dos días después, el 11 de marzo, Bulgaria se vio obligada a destruir otra partida de pimiento turco al encontrar 0,225 miligramos por kilogramo de formetanate, un potente insecticida y acaricida del que la legislación comunitaria sólo permite restos de hasta 0,05 miligramos por kilo en pimiento.

Ya en abril, de nuevo Bulgaria se vio obligada a destruir una partida de pimiento fresco tur-

co, en este caso por contener 0,205 miligramos por kilo también de formetanate.

También en abril, Eslovenia paralizó otra partida de pimiento, en este caso egipcio, impidiendo su distribución e informando a las autoridades por contener 0,19 miligramos por kilo muestreado de chlorfenapyr, cuando el máximo permitido es de 0,05.

Por otra parte, Bélgica ordenó destruir un envío de pimiento

procedente de República Dominicana, el pasado 2 de abril, por contener, según lo muestreado por un laboratorio belga, 0,23 miligramos por kilo, una cantidad que duplica los 0,1 miligramos por kilo que consiente, como máximo, la Unión Europea.

Finalmente, el modo de producir hortalizas en Marruecos sigue en entredicho. La República Checa ha sido la encargada de bloquear una partida de pimien-

to fresco rojo con origen en Marruecos por sobrepasar los límites máximos de residuos en dos materias activas diferentes.

Concretamente, en la partida de pimiento fresco rojo alauita detectaron 0,37 miligramos por kilo de dicofol y 0,12 miligramos por kilo de tetradifon, cuando lo máximo permitido en pimiento es de 0,02 miligramos por kilo del primero y 0,01 del segundo.

SIGUEN LOS TRADICIONALES

El elevado precio del agua desalada impide la rotación de cultivos en Níjar

■ R. V. A.

El número de hectáreas que se cultivan en el Campo de Níjar de pimiento es, como ha asegurado el secretario provincial de COAG-Almería y responsable estatal de Frutas y Hortalizas de esta organización agraria en el ámbito nacional, Andrés Góngora, "anecdótico".

Góngora ha explicado que "es cierto que se han llevado a cabo algunas pruebas con determina-

das variedades de pimiento en la zona pero el elevado precio del agua no da opción alguna para plantar esta hortaliza".

Para Góngora, "es una lástima que en la comarca de Níjar los agricultores no tengan ni tan siquiera la opción de plantar otra cosa que no sean los cultivos tradicionales", como son el tomate y la sandía, principalmente.

El responsable de COAG-Almería considera que "contar con un más amplio abanico de pro-

ductos que se pudieran cultivar y pasar del monocultivo a otras opciones sería muy positivo también para la tierra".

Por todo ello, Andrés Góngora señala como única solución "una bajada, cuanto antes mejor, del precio del agua, hasta el momento desorbitado", un paso que consentiría a los productores de frutas y hortalizas bajo plástico de esa amplia comarca de la provincia almeriense tener más posibilidades cada año.



■ El tomate sigue siendo el producto estrella de la zona de Níjar. /FHALMERIA

Dossier de **PIMIENTO** tardío



Malambo RZ, una mayor rentabilidad para ciclos tardíos
Pimientos para sentirse satisfecho

ALMERÍA, UNA REFERENCIA TAMBIÉN AL FINAL DE LA CAMPAÑA



■ Malambo RZ tiene un fruto de calibre G-GG y logra mantenerlo durante toda la campaña, incluso en los cuajes con bajas temperaturas. /FHALMERIA

Malambo RZ permite al agricultor llegar al final de la campaña con un fruto rentable

■ Isabel Fernández

La novedad de Rijk Zwaan para tardío destaca por su buen cuaje, tanto con altas temperaturas como en pleno invierno, así como por el calibre comercial de sus frutos, su uniformidad y la ausencia de problemas de plateado, cracking o pico

Malambo RZ es la novedad en el segmento de pimiento California para trasplantes tardíos de Rijk Zwaan y que viene a completar el catálogo de la empresa, que ya cuenta con variedades como Nirvin RZ, Souleria RZ y Acorde RZ para trasplantes tempranos, medios y tardíos. Malambo RZ, por su parte, es una variedad para trasplantes de agosto, que cuenta con un vigor muy alto que le permite afrontar sin problemas los meses más fríos. Asimismo, es capaz de ofrecer un fruto con un calibre uniforme durante toda la campaña, tanto en los primeros cuajes, con altas temperaturas, como en los cuajes que realiza durante los meses de invierno.

Con respecto al calibre, esta novedad de Rijk Zwaan se centra mucho en calibres G-GG, entre 180 y 250 gramos, que, según comenta José Luis Ruipérez, responsable de pimiento de la empresa, “son los calibres más

rentables”. Este tamaño de entre 180 y 250 gramos es el más adecuado para los diferentes empaquetados, puesto que se ajusta a los pesos requeridos, lo que permite a las comercializadoras afinar a la hora de realizar las diferentes confecciones.

Junto a esto, la uniformidad tanto en la producción como en el calibre de Malambo RZ permite a las empresas mantener unas programaciones anuales. Esto es posible, según Ruipérez, gracias a “la capacidad de Malambo RZ de desarrollar buenos cuajes en pleno invierno”. En estas fechas, además, “los frutos mantienen un aspecto excelente, sin silverelinas, sin cracking y sin pico”. En el caso concreto de la ausencia de silverelinas, esto es algo fundamental, sobre todo, para la comercialización en verde, aunque también en rojo. El plateado provocado

por las silverelinas está considerado un defecto de forma y, evidentemente, el fruto que lo presenta se considera de menor calidad y se vende a un precio más bajo. En el caso de Malambo RZ, los agricultores no se van a encontrar con este problema que terminará depreciando su género.

Con Malambo RZ, el agricultor no sólo obtiene un fruto de calidad, sino un fruto rentable, puesto que obtiene un alto porcentaje de primeras clasificaciones. En este sentido, José Luis Ruipérez se refiere a los costes de producción que ha de afrontar cada agricultor y que, gracias a Malambo RZ, consigue rentabilizar: “Todos los kilos, tanto los buenos como los malos, tienen el mismo coste para el agricultor, sin embargo, sólo el kilo bueno le da beneficios”. De ahí la importancia de llegar

al final de la campaña con una planta que responda adecuadamente.

LARGO RECORRIDO

La llegada de Malambo RZ al campo almeriense supone, asimismo, una ventana competitiva para todo el sector. Y es que, tal y como apunta el responsable de pimiento de Rijk Zwaan, gracias a esta variedad, “el mercado almeriense puede seguir avanzando y ofreciendo al final de su campaña una fruta de excelente calidad”. Este último aspecto da a productores y comercializadores “la oportunidad de alargar o extender nuestra campaña durante más tiempo”, algo que, además, “incrementa la rentabilidad del agricultor”. Esta posibilidad de llegar al final del ciclo con un fruto de gran calidad permite a la provincia seguir siendo una región productora de

referencia incluso al final de la campaña.

Malambo RZ se suma así a Nirvin RZ, Souleria RZ y a Acorde RZ, completando todo el ciclo de trasplantes, desde los más tempranos, con Nirvin RZ, hasta los más tardíos, con el propio Malambo RZ. Todas estas variedades vienen a cumplir, además, con las demandas de los agricultores, que buscan una mayor producción durante más tiempo; de ahí que las variedades de Rijk Zwaan amplíen el ciclo productivo del pimiento y sean capaces de producir durante más meses con la calidad exigida. Desde los primeros cuajes, los más tempranos, con altas temperaturas, hasta los más tardíos, ya en pleno invierno, las variedades de Rijk Zwaan garantizan al productor un fruto de calidad, uniforme y, al final, rentable.

LOS AGRICULTORES DAN SU OPINIÓN

JOSÉ CARLOS FERRER

“Malambo RZ es un pimiento con un calibre perfecto, con cuatro cascós muy duros y que aguanta bastante”

‘ENCANTADO’. José Carlos Ferrer reconoce que a él, personalmente, Malambo RZ “me está encantando”, sobre todo, por su calidad de fruto. Según explica, esta variedad de Rijk Zwaan “tiene el calibre perfecto”, pero no sólo eso; “tiene unos cascós muy duros y aguanta bastante”. Asimismo, destaca que, tanto en verde como en rojo, tiene muy buen color. Junto a la calidad de fruto de Malambo RZ, este agricultor ejidense llama la atención sobre el buen cuaje de la variedad en la parte alta de la planta. Así, afirma que “el fruto que ha sacado en la parte de arriba de la mata es espectacular”, a diferencia de otros pimientos que, llegados a este punto de la cosecha, “empiezan a sacar piezas no comerciales o galletas”.

FEDERICO PUYÓ

“Malambo RZ es una variedad precoz en la floración y esa facilidad de cuaje lo convierte en una planta productiva”

RAPIDEZ. Federico Puyó, técnico de Suahlsa, destaca de esta variedad de Rijk Zwaan su “precocidad en cuanto a floración y fructificación”, algo que, según explica, lo convierte en “una planta productiva”. Asimismo, esa precocidad de Malambo RZ a la hora de echar la floración ayuda a la instalación de los insectos auxiliares. Por otro lado, Puyó se refiere a la “fortaleza” de Malambo RZ que, además, “tiene buena calidad de fruto, en cuanto a color y forma, con un calibre G-GG”. Frente a otras variedades, este pimiento de Rijk Zwaan “mantiene los mismos calibres” durante todo el ciclo y, por si esto fuese poco, “oídio o ceniza no se le ven mucho”, como “tampoco tiene problemas de cracking”.

ANTONIO FERNÁNDEZ

“Malambo RZ tiene una planta muy vigorosa y mantiene un fruto uniforme durante todo el ciclo”

EQUILIBRIO. Antonio Fernández afirma que “Malambo RZ mantiene un fruto uniforme durante todo el ciclo”, algo en lo que, según comenta, “gana” a algunas variedades líderes en el mercado. Asimismo, se refiere a esta variedad de Rijk Zwaan como una “planta vigorosa”, con la que “te puedes ir a medidados de agosto a trasplantar y aguanta bien”. Los cuajes con altas temperaturas no son, ni mucho menos, un problema para Malambo RZ que, de hecho, “en los dos colores, tiene un fruto con buen color y forma y, sobre todo, no le sale plateado”. Este último aspecto, según Fernández, es muy importante, “a la hora de verdear”, ya que el género manchado no tiene una buena salida comercial.

PEDRO MARTÍN

“Con Malambo RZ estoy obteniendo un 90% de género de primera y con un calibre muy rentable”

COMERCIALIZACIÓN. Si algo le gusta a Pedro Martín de esta variedad es “el pimiento”. “La cooperativa paga una G y a mí sólo me está saliendo un 10% de GG”, luego afirma con rotundidad que “Malambo RZ tiene un calibre rentable”. Y no es para menos. Martín dice muy orgulloso que “estoy obteniendo un 90% de género de primera”, incluso “si los aguantas en la mata”. En su caso, los puso el 20 de agosto y los primeros se recolectaron a principios del pasado mes de marzo. Junto a esa rentabilidad que le reporta el cultivo, este agricultor destaca de Malambo RZ que, “en verde, no tiene plateado” y, por si esto fuese poco, “tampoco le he visto problemas de cracking”.

LOS AGRICULTORES DAN SU OPINIÓN

**FEDERICO LÓPEZ**

“Malambo RZ no tiene problemas de plateado recolectado en verde y eso facilita la venta”

DIFERENCIACIÓN. Federico López afirma con rotundidad que “lo que más me gusta de Malambo RZ es su recolección en verde”, ya que, “dependiendo del mercado al que vayas, el plateado puede ser un problema o no” y esta variedad “no tiene plateado”. Junto a esto, López destaca que Malambo RZ “es una planta vigorosa para plantaciones tardías, con buen cuaje en condiciones de temperaturas altas y con blanqueo”. Asimismo, “en invierno, tiene una buena respuesta, tiene calidad de fruta y sigue cuajando bien”. Por último, y en lo que respecta al fruto, señala que “tiene un calibre bueno” y, además, “tanto arriba como abajo, lo mantiene”. Su buen color y su conservación, sumados a todo lo anterior, “facilitan la venta”.

JUAN SÁNCHEZ

“A Malambo RZ no le afecta el frío, tiene una mata muy fuerte y, además, es una variedad productiva”

REPETIRÁ. Juan Sánchez ha cultivado esta campaña 5.000 metros cuadrados de Malambo RZ y, según afirma, “el año que viene lo volveré a plantar”. Y es que, para este agricultor, con Malambo RZ todo son ventajas. De este modo, afirma que “la planta es muy vigorosa”, tanto que, llegado el invierno, “no le afecta el frío, tiene una mata muy fuerte” y, además, “es productiva”. Con respecto al fruto de Malambo RZ, también cumple con todas las exigencias de este productor: “Tiene muy buen calibre y, en rojo, tiene muy buen color”, pero no sólo en rojo, “yo he recogido en verde y también me ha ido muy bien”. Por último, llama la atención sobre la ausencia de cracking en esta variedad.

FRANCISCO VIZCAÍNO

“Malambo RZ destaca sobre las demás variedades comerciales por su vigorosidad y cuaje en las puntas”

SATISFECHO. Francisco Vizcaíno afirma que, si por algo destaca Malambo RZ frente a las demás variedades de pimiento es “por su vigorosidad, por la fuerza que mantiene durante todo el ciclo, y por el cuaje en las puntas”. Esa fuerza es tal que, según señala, aún a mediados de marzo, la planta “tiene bastante vida y, de hecho, todavía sigue creciendo”. Vizcaíno llama la atención, además, sobre el “buen calibre” del fruto, así como sobre su uniformidad. “Es uniforme, tiene las paredes bastante gruesas, los hombros bien marcados y tiene cuatro cascós bien definidos”. Por último, comenta que “no he detectado ninguna marca de plateado ni de cracking”.

Noticias

PODRÍA HABER MOVILIZACIONES SI EL GOBIERNO NO RECTIFICA

El sector se ahorraría hasta 50 millones de euros de aplicarse la rebaja fiscal

El Gobierno acaba de hacer pública la reducción de los módulos para la renta 2012 y ha dejado fuera a los horticultores almerienses

■ Isabel Fernández

El Gobierno ha dejado fuera de la rebaja fiscal recién publicada a la gran mayoría de productores de hortalizas de Almería, en concreto, a quienes tienen sus fincas en el Poniente, Almería y Níjar. De este modo, y de cara al ejercicio de la renta ya en marcha, para estos productores, el índice de rendimiento neto seguirá siendo del 0,26. Esto supondrá, según COAG-Almería, que los agricultores tendrán que hacer frente a un coste añadido de 50 millones de euros, que es lo que se hubiesen ahorrado de haberse reducido el módulo.

Tanto COAG como ASAJA ya pidieron en su día a los ministerios de Agricultura y Hacienda una rebaja fiscal para el sector que, según Andrés Góngora, secretario provincial de COAG, estaría más que justificada, puesto que “las heladas de principios de año castigaron duramente los



■ Las organizaciones agrarias apuntan a las fuertes heladas de principios de 2012 como causantes de pérdidas. /ASAJA-ALMERÍA

cultivos almerienses” y, sin embargo, “el Gobierno no ha mostrado ninguna sensibilidad al respecto”. La “indignación” en COAG es tal que, de no solventarse el asunto, “plantaremos un calendario de movilizaciones”. De momento, ya han exigido al Gobierno que rectifique

lo publicado y que lo haga a través del sistema de corrección de errores, que es el más ágil para subsanar estas cuestiones.

Desde ASAJA-Almería, por su parte, tampoco han entendido muy bien que los sectores hortícolas del Poniente, Almería y el Campo de Níjar se hayan que-

dado fuera de la Orden que recoge la rebaja fiscal, a excepción de la lechuga cultivada en el Campo de Níjar. En su caso, comentaron que ya se han dirigido por escrito a la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía, a través de la Delegación, y a los ministerios de Agri-

Sólo agricultores del Levante se beneficiarán de la reducción

Prácticamente, se podría decir que la rebaja fiscal aprobada por el Gobierno ha pasado ‘de puntillas’ por la provincia y, de hecho, sólo los agricultores y ganaderos del Levante provincial afectados por las lluvias torrenciales de hace unos meses han sido incluidos en esta rebaja. De este modo, y según los datos facilitados por las organizaciones agrarias de la provincia, en el caso de los productores de hortalizas de los municipios levantinos, así como de las comarcas del Bajo Almanzora y Los Vélez, el módulo ha quedado fijado en un 0,09; para los de cítricos, el módulo será de 0,05; el 0,18 para los productores de frutos secos; y el 0,05 para apicultura.

cultura y Hacienda, para que se reconsidere esta decisión y se autorice la inclusión del mencionado sector hortícola que, según recordaron desde esta organización agraria, “obtuvo pérdidas debido al temporal de bajas temperaturas que tuvo lugar a principios del año”.

Níjar
cultiva confianza

www.nijar.es

Ayuntamiento de Níjar
Concejalía de Agricultura y Medio Ambiente

JUNTA DE ANDALUCÍA

Los niveles de la Balsa del Sapo bajan 1,30 metros con la segunda impulsión

Los dos bombeos en marcha y el clima de los últimos días han rebajado el volumen de agua estancada a unas cotas de seguridad razonables

■ Elena Sánchez

Los niveles de agua de la Balsa del Sapo se han reducido 1,30 metros en poco más de dos meses, desde que la Junta de Andalucía pusiera en servicio el nuevo sistema de impulsión. Los dos bombeos que están en marcha, unidos a la climatología de las últimas semanas “han rebajado el volumen de agua estancada en las balsas a unas cotas de seguridad razonables, tanto para los vecinos como para los agricultores que tienen sus viviendas y explotaciones agrícolas cerca de ellas”, explica el delegado territorial de la Consejería de Agricultura, José Manuel Ortiz.

La reducción de los niveles de agua de las balsas ha sido posible gracias a la segunda impulsión con capacidad de bombear 500 litros por segundo. De esta manera, con el nuevo sistema y el que se puso en funcionamiento hace dos años, en estos momentos se están achicando unos 680 litros de agua por segundo.

Estos casi 700 litros por segundo es el caudal estimado por el Instituto Geológico y Minero de España para reducir el nivel



■ Vista del inicio del segundo sondeo, que ha permitido bajar los niveles de agua de la Balsa del Sapo. /FHALMERIA

de agua de la balsa a la cota de seguridad, con lo que en poco más de dos meses se ha conseguido revertir la situación creada tras las lluvias excepcionales registradas en los inviernos de los años 2009 y 2010, que elevaron de forma notable el nivel de las balsas y pusieron en relieve la insuficiencia del bombeo existente entonces.

Las obras de esta segunda impulsión de 500 litros por segundo han consistido en la construcción de un nuevo sistema de captación de agua junto al existente, una nueva estación de bombeo, un edificio de válvulas y un nuevo calderín antiariete junto a los actuales. Asimismo se ha llevado a cabo la ampliación de la instalación eléctrica, una nueva

conducción de aguas y una arqueta para vertido al cauce de la Rambla Colomina.

Por otro lado, cabe destacar que el primer bombeo se realiza desde un pozo ubicado en una plataforma escollera que ha sido ganada a la balsa. Ésta se divide en dos vasos y en cada uno hay una plataforma de escollera con dos pozos.

RENOVACIÓN

CASI adelanta las elecciones a Junta Rectora al próximo 18 de mayo

■ E. S. G.

La cooperativa CASI ha convocado elecciones a Junta Rectora, según se ha decidido por parte de todos los miembros, en una reunión celebrada el pasado 5 de abril. Así, las votaciones se llevarán a cabo en la asamblea que ha sido convocada para el 18 de mayo. La Junta Rectora considera necesario el hecho de adelantar las elecciones un año, ya que se deben tomar decisiones importantes respecto a inversiones, concentración de la oferta, nuevos mercados, etc. para seguir liderando la producción y comercialización del tomate en Europa, y no se pueden posponer un año.

Según explica José María Andújar, presidente de CASI, “estamos en un mundo globalizado y competitivo y es el momento de tomar decisiones importantes. No podemos tener paralizada la cooperativa un año. Lo mejor es dejar que el socio opine en democracia sobre los grandes retos de la entidad y que sea el equipo de gobierno que elijan con sus votos el que tome las decisiones y tenga tiempo para desarrollar sus ideas”. CASI ha llevado a cabo en estos tres años un Plan de Gestión Integral que le ha permitido optimizar y modernizar la gestión, producción y comercialización, adaptándose a las necesidades del mercado.

EN ALMERÍA

Anecoop prepara el arranque de la campaña de la sandía Bouquet

■ E. S. G.

Los máximos responsables de Anecoop se han reunido en Almería con sus socios y colaboradores de la provincia para dar las últimas pinceladas a la campaña de sandía Bouquet para esta primavera. El objetivo de esta jornada ha sido revisar las líneas estratégicas del programa de Sandías Bouquet de cara a este año, un programa basado en un sistema de producción agrícola adap-

tado a la demanda comercial y con la calidad como punto de partida. En él intervienen 26 cooperativas distribuidas en cinco zonas de producción: Almería, Murcia, Valencia, Castellón y La Mancha.

Esta campaña cobra una importancia especial porque reúne todos los requisitos necesarios para diferenciarse: innovación, calidad y variedad de producto, ya que engloba una amplia familia de sandías: roja, amarilla, mini

y negra, además de una línea ecológica que abandera la marca Bouquet Bio. Se trata de un programa global que cuenta con unos protocolos y unos procedimientos que marcan todo el proceso de producción desde la selección varietal, el manejo agronómico de las variedades a la integración de esfuerzos en la producción, gestión integral de la calidad, concentración y diversificación de la oferta hasta la comercialización misma del producto.



■ Familia de Sandías Bouquet. /FHALMERIA

CATORCE AÑOS DE EXPERIENCIA AL SERVICIO DE LOS PRODUCTORES DE ORNAMENTAL, AMA DE CASA Y CLIENTES EN GENERAL

Spanflor: Expertos en sustratos a disposición de productores de ornamental, semilleros y agricultores

Sus productos garantizan la fortaleza de las plantas desde sus primeros días de vida en semilleros y viveros.

lizado adecuado para las semillas, compuesto por 80 por ciento de turba rubia y 20 por ciento de turba negra.

Para el uso de semillas, tanto en semilleros como para el agricultor profesional, cuentan con fibra de coco y perlita.

Spanflor dispone de otros productos para otro tipo de profesionales, así pues, para los agricultores de planta ornamental tiene "S-2", compuesto con el 50% de turba negra y 50% de turba rubia, tanto para profesionales como para uso en domicilios particulares en plantas decorativas.

Todos los productos se sirven en distintos tipos de envase, según la utilidad y preferencias del cliente.

El empleo del sustrato en Almería es básico para el desarrollo de las plantas en su fase inicial, es por ello que un material de confianza en los primeros días de vida de una planta es fundamental para asegurar una cosecha fuerte y segura.



■ Spanflor cuenta con una amplia gama de sustratos y turbas para las plantas. /FHALMERIA

Spanflor es una empresa dedicada a sustratos y turba rubia, basada en una experiencia de más de 14 años de trabajo. Cuenta con clientes en toda España, Portugal y Andorra y en el futuro Sudamérica.

Dispone de un selecto grupo de empresas gracias a sus años de trabajo, entre las que se encuentran semilleros, viveros, almacenes de suministros y el consumidor final.

La amplia gama de productos que tiene esta empresa especializada en sustratos satisface las necesidades de los profesionales de las diferentes ramas de la agricultura almeriense. Así pues, para semilleros cuenta con "SF-1" ferti-

Spanflor

Sustratos profesionales para planta ornamental y jardinería.

Agricultura - Semilleros - Planta ornamental - Particulares

Spanflor te ofrece una amplia gama de sustratos especialmente formulados para Semilleros, Producción de planta ornamental de interior o exterior y para jardinería en general. Los sustratos Spanflor son de fácil manejo y pueden ser suministrados en diferentes presentaciones.



Tel. 950 314 867

www.spanflor.com

OPINION

Koppert desarrolla la producción 'residuo cero'

Sin duda uno de los cambios tecnológicos más importantes en la horticultura almeriense de la última década ha sido la introducción masiva del control biológico de plagas. El cultivo del pimiento estaba al borde del colapso total, por la pérdida de confianza en el sistema de producción alimentario por parte de los compradores, hasta que el control biológico irrumpió y trajo consigo la salvación del sistema. Koppert España fue el pionero y el líder en el desarrollo del sistema de control integrado en nuestro país, gracias a la disciplina técnica, la visión clara sobre la necesidad de un cambio de mentalidad y la introducción de unos agentes auxiliares claves, tales como el *Amblyseius swirskii* y el *Nesidiocoris tenuis*.

Hoy en día, se puede decir que en todos los cultivos de hortalizas bajo invernadero se puede llevar a cabo el control integrado de plagas, con la introducción de insectos o ácaros auxiliares. Como últimos retos quedaban el tomate y el pepino de invierno. Para el tomate, Koppert introdujo la suelta de *Nesidiocoris* en semillero en 2009. Para el pepino de invierno, Koppert desarrolló el *swirskii* LD, que proporciona una protección de 'larga duración' contra las plagas, basada en sobres que protegen contra las aplicaciones continuadas de fungicidas. En esta última campaña se ha demostrado otra vez que estos nuevos sistemas funcionan, siempre que se respeten las dosis mínimas y se sigan las pautas correctas, aconsejadas por los técnicos de Koppert. El mayor enemigo del éxito en estos casos es el afán de "querer ahorrar duros y dejar de ganar billetes".

Almería está recuperando su buena fama en el mercado europeo porque ha conseguido reducir mucho los niveles de residuos de insecticidas químicos en las hortalizas, cumpliendo

■ Kris de Smet. Director comercial de Koppert España



El mercado de frutas y hortalizas camina irremediamente por la dirección del 'residuo cero'. Es la respuesta, lógica y natural, a las demandas alimentarias de los consumidores del siglo XXI

así con las exigencias de límites máximos de residuos impuestos por los compradores. De otro lado, el control integrado de enfermedades está mucho menos desarrollado que el de plagas, por lo cual la reducción de los posibles restos de fungicidas en fruto es el nuevo punto de interés de técnicos y agricultores.

En los últimos años está irrumpiendo con mucha fuerza una nueva tendencia en el sector: el residuo cero. El consumidor no entiende de límites de residuos. Si intentas hacer entender a un consumidor de la ciudad que no pasa nada con residuos por debajo del límite establecido, no lo conseguirás. Las trazas, por pocas que sean, siguen siendo 'veneno' para su entendimiento. Las cadenas de distribución buscan respuestas a esta preocupación del consumidor y quieren adelantarse ofreciendo frutas y hortalizas 'residuo cero'. Los productores que buscan distinción y fidelidad quieren ser los primeros y los más avanzados en su consecución. El mercado de frutas y hortalizas camina irremediamente por la dirección del 'residuo cero'. Es la respuesta, lógica y natural, a las demandas alimentarias de los consumidores del siglo XXI.

Para atender este importante reto, Koppert está desarrollando un sistema de control de enfermedades de suelo y de la parte aérea de las plantas basándose en productos biológicos. Koppert entiende que las enfermedades se controlan con una estrategia integrada, que combina el clima, el equilibrio microbiológico en el suelo, la resistencia de la planta y la aplicación de algunos productos biológicos, convenientemente seleccionados, sobre las hojas. Para conseguir un suelo biológicamente equilibrado y una planta más resistente, Koppert ha desarrollado el programa Natugro. Este programa se inicia desde el se-



millero y continúa luego en el invernadero, aplicando una serie de productos que aumentan la biodiversidad y promueven la resistencia natural. Adicionalmente, Koppert dispone de una serie de nuevos productos biológicos para aplicaciones foliares que previenen la expansión de enfermedades.

En Almería, Koppert está trabajando en unas 100 hectáreas de invernaderos con diferentes cultivos, y sobre sustratos diversos, con el sistema Natugro, enfocando el sistema principalmente hacia la reducción de residuos químicos. De este modo, se han acumulado muy buenas experiencias tanto en invernaderos de alta tecnología como en invernaderos más 'estándares' de Almería. El sistema Natugro es un proyecto que Koppert siempre inicia en estrecha colaboración con el agricultor, aclarando desde el principio bien la filosofía, el objetivo y la estimación de los gastos. Hoy día, los agricultores más visio-

narios son los que se han sumado a esta iniciativa y, en general, su nivel de satisfacción es alto o muy alto. Están consiguiendo el producto final, tal y como lo quieren sus clientes, es decir, con 'residuo cero'.

El sistema Natugro ha demostrado resultados exitosos en varios cultivos hortícolas, entre ellos tomate, pimiento y pepino. Sin duda, en la nueva campaña se avanzará con este sistema, gracias a la actitud innovadora de más agricultores y cooperativas. Está claro que técnicamente seguirán surgiendo retos, pero trabajando siempre conseguiremos resolverlos. La posibilidad técnica de producción con 'residuo cero' está más cerca de lo que parece.

Una agricultura, tan dinámica y activa, como la almeriense no puede permanecer ajena a los nuevos retos y demandas que el mercado pone ante nosotros. Natugro es la contribución de Koppert para la consecución sostenible y real del residuo cero.

AGROTURISMO

Una treintena de estudiantes alemanes conoce el modelo agrícola almeriense en una visita a El Ejido

■ I. F. G.

Un grupo de 28 estudiantes universitarios alemanes, de la Hochschule Weihenstephan, en Triesdorf, visitó recientemente el municipio de El Ejido con el fin de conocer en profundidad y aprender del sistema de pro-

ducción agrícola de la provincia almeriense. Durante su estancia en el municipio del Poniente, los estudiantes visitaron, por ejemplo, las instalaciones de la empresa Clisol Agro, así como el Centro Experimental 'Las Palmerillas', de la Fundación Cajamar, donde pudieron conocer

con todo detalle las características y particularidades del sistema productivo local, así como de la comercialización de los productos hortícolas que se realiza desde El Ejido. Según indicaron desde el propio Consistorio ejidense, al término de las visitas, los estudiantes manifestaron sus

impresiones, muy positivas, sobre el sistema agrario de la provincia.

Ésta es la segunda visita que recibe el municipio en apenas dos meses; la primera, también procedía de la misma zona de Alemania. El interés que la agricultura ejidense, en particular, y la

almeriense, en general, despier-ta entre los visitantes no es nada extraño, sobre todo, si se tiene en cuenta que El Ejido es, hoy por hoy, el municipio que mejor representa la agricultura provincial, puesto que, en total, cuenta con más de 7.000 hectáreas invernadas.

Ambas visitas han sido fruto de la colaboración entre el Ayuntamiento de El Ejido y el touroperador agrario Indigo DMC. Asimismo, se prevé que, en los próximos meses, se sigan produciendo visitas de este tipo.

AUNQUE NO SUPERE LOS 400 EUROS

El Gobierno modifica el Código Penal para que el robo en el campo sea delito

También establecerá un sistema de predenuncias a través de las organizaciones agrarias y propiciará la detección de material robado

■ Rafa Villegas

El Gobierno de Mariano Rajoy se ha comprometido a acabar con la elevada incidencia de robos en el campo endureciendo las penas e impulsando una serie de medidas. La delegada del Gobierno en Andalucía, Carmen Crespo, se ha encargado de trasladar las novedades en una reunión mantenida con Guardia Civil, Policía Nacional y representantes de las organizaciones agrarias en Almería.

El Ejecutivo ha confirmado que va a modificar el Código Penal para que los robos en el campo puedan tener consideración de



■ Reunión de Carmen Crespo con representantes de organizaciones agrarias, Guardia Civil y Policía Nacional. /FHALMERIA

delitos, aunque su cuantía no supere los 400 euros. Cabe recordar que hasta ahora se consideraban muchas veces faltas de

hurto, lo que dejaba prácticamente sin pena y en la calle a los ladrones que operan en el campo. La modificación del Código

Penal se encuentra actualmente en el Consejo de Estado, de ahí pasará próximamente a trámite parlamentario.

Por otra parte, con el sistema de predenuncias, a través de las organizaciones agrarias, el Gobierno pretende facilitar los trámites. Además, Crespo ha confirmado que se van a impulsar convenios con los ayuntamientos para que la Policía Local colabore en la detección de venta de material robado, labor que ya realiza desde hace tiempo la Benemérita.

Del mismo modo, para ir llevando un seguimiento de la situación, Crespo ha anunciado la creación de una comisión de trabajo mensual compuesta por las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado y las organizaciones agrarias.

Asimismo, para facilitar el rápido acceso de los agentes a los invernaderos, el Gobierno va a trabajar en la zonificación del campo estableciendo un mapa.

La Guardia Civil sigue demostrando su eficacia en estos días. Últimamente ha detenido a los presuntos autores del robo de colmenas en la zona del Levante almeriense, del robo de motores y otros objetos en instalaciones agrícolas del Poniente, así como de más de 400 kilos de tomate en El Ejido.

KOPPERT
BIOLOGICAL SYSTEMS

Comprometidos
con el Resultado

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

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

Tu satisfacción es nuestro compromiso.



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



SORTEO

Sipcam Iberia regala un KIA Sportage a un agricultor de la zona de Níjar

■ CIA

El todoterreno KIA Sportage de la Promoción Blackjak le tocó a Francisco Hernández Salvador, agricultor de la zona de Níjar, ante la gran sorpresa y alegría de su mujer cuando le fue notificada la noticia por el responsable de la campaña, Gustavo Marcos, de Sipcam Iberia.

Francisco Hernández participó en el sorteo del KIA Sportage comprando el producto en Suministros Agrícolas Céspedes (Los Grillos), donde depositó el boleto.

La promoción organizada por Sipcam Iberia para su novedoso producto Blackjak, un

bioestimulante de última generación, se terminó el pasado 31 de marzo con una gran participación de agricultores de toda la provincia.

El sorteo del premio se llevó a cabo el pasado 10 de abril ante la notaria de Roquetas de Mar, Leticia Hortelano, con la presencia de directivos de Sipcam Iberia, algunos distribuidores de la zona y la empresa Miguel Carrión Publicidad.

Para Sipcam Iberia ha sido una gran satisfacción organizar esta promoción que concluirá con la entrega oficial del todoterreno KIA Sportage próximamente en Almería.



CONOCER EL MUNDO DE LA ENOLOGÍA

TECNOVA y Bodega Alboloduy realizan un curso de iniciación al vino

■ CIA

La Fundación TECNOVA, en colaboración con la empresa almeriense Bodega de Alboloduy, ha organizado un curso de iniciación a la Cultura del Vino, con la finalidad de que las personas interesadas en aprender la cultura del vino conozcan el mundo de la enología, a través de los conocimientos de una de las enó-

logas más destacadas de la provincia de Almería, Cristina Calvache, de la Bodega de Alboloduy, en un entorno divertido, dinámico y práctico.

En este sentido, el curso ha tenido como objetivo poner en valor el análisis sensorial a través de un curso entretenido y agradable mediante el lema 'aprendiendo enología'.

El programa ha tratado desde los conceptos básicos sobre viticultura y enología, cata de vinos, clasificación legal de los vinos según envejecimiento, tipología, etc., hasta la metodología de cómo se realizan las catas en cuanto a fase visual, olfativa y gustativa de los caldos.

EL VIDEO CONSTA DE TRES PARTES



■ La gerente de Clisol Agro, Lola Gómez, posa con Dallas Campbell, actor y presentador de la BBC. /FHALMERIA

Clisol Agro colabora en un documental para la cadena británica BBC dedicado al cultivo protegido en Almería

El video trata cómo ha sido la transformación que ha sufrido la tierra desértica de la provincia para convertirla en la ensaladera de Europa

■ CIA

Clisol Agro ha colaborado en un documental dedicado al cultivo protegido en Almería. Entre el verano de 2011 y finales de 2012, un equipo de grabación de la BBC, junto con su presentador Dallas Campbell, con reconocido prestigio en Gran Bretaña, realizaron las tomas para elaborar un documental sobre el cultivo en Almería, comenzando el mismo con la transformación que ha sufrido esta tierra desértica para convertirla en todo un vergel y en la ensaladera de Europa. Así lo menciona el documental, alabando los procesos tecnológicos que se han desarrollado en Almería para producir unos frutos de calidad.

El documental consta de tres partes; la primera explica cómo el hombre ha podido superarse a sí mismo, produciendo riqueza donde sólo había una zona árida y con mucho viento. En la segunda parte, Lola Gómez, gerente de Clisol Agro, explica cómo funciona un cultivo protegido en su propia finca, mientras que Dallas se sorprende de estar en el mismo lugar donde nacen los productos que compra en Inglaterra y disfruta de la ca-



■ El presentador de la BBC se interesó mucho por nuestra agricultura. /FHALMERIA

lidad de producción y de su sabor. Y en la tercera parte, Dallas realiza un vuelo en parapente, con unas maravillosas vistas sobre los invernaderos y le resulta fascinante el paisaje.

TRABAJOS REALIZADOS

Dallas Campbell, actor y presentador de la BBC, trabaja en una serie de documentales llamados 'Generación Tierra' para la BBC One. Sus trabajos están basados en los logros que el ser humano ha realizado para optimizar los recursos naturales y para mejorar esta sociedad. Son un reconocimiento en positivo

a la era que actualmente vivimos, el Antropoceno. Lola Gómez piensa que es un orgullo que presentadores de tanta relevancia en su país y utilizando un medio tan importante como la BBC "den a nuestro campo el reconocimiento que se merece, sobre todo en un país donde tienen una cultura gastronómica muy ligada a nuestros productos".

El documental se está emitiendo desde el pasado 5 de diciembre de 2012 y se puede ver en la página de facebook de Clisol Turismo Agrícola, subtítulo al español.

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE AGRONUTRIENTES

Los fitofortificantes y los fitosanitarios “son dos tipos de sustancias complementarias”

AEFA considera que los fitofortificantes y otros OMDF tienen una gran oportunidad de desarrollo gracias a ‘cultivos menores’

■ CIA

La Asociación Española de Fabricantes de Agronutrientes (AEFA) defiende la complementariedad de fitofortificantes y fitosanitarios. De hecho, según ha afirmado su presidente, Ricardo Villuendas, “son dos tipos de sustancias complementarias”, ya que cada una de ellas tiene “una función distinta”. De este modo, mientras los fitosanitarios se emplean para combatir las plagas y enfermedades de forma directa, los fitofortificantes, por su parte, permiten al

cultivo desarrollar y potenciar una serie de defensas naturales con las que ya cuenta y, por tanto, hacen que la planta resista mejor los ataques de las plagas.

Los fitofortificantes se encuentran en el grupo de los considerados otros medios de defensa fitosanitaria (OMDF) como pueden ser, ciertos bioestimulantes, inductores de resistencias, ciertos microorganismos, los llamados organismos de control biológico (OCB) o las trampas de feromonas, entre otros muchos. Todos estos productos tienen ante sí una interesante oportunidad de desarrollo, gracias a la actual Directiva de Uso Sostenible de fitosanitarios (DUS), así como a su trasposición a la legislación nacional, a través del Real Decreto 1311/2012, y el consiguiente desarrollo del Plan

de Acción Nacional (PAN) ya en marcha. Esta normativa persigue el uso sostenible de los fitosanitarios dentro de la producción integrada y, a su vez, el fomento de otras alternativas a estos productos. Entre esas alternativas se encontrarían los OMDF, que podrían cobrar mucha más importancia aún en el caso de los llamados ‘cultivos menores’, tales como la alcafofa, la espinaca, los espárragos, las frambuesas, los arándanos, los cultivos aromáticos para exportación y otros muchos.

Todos estos ‘cultivos menores’ tienen una gran importancia económica, debido a la existencia de una gran demanda; sin embargo, es poca la superficie que aún se destina a su cultivo y, además, son producciones muy estacionales, en gran medida, a



■ Las espinacas, entre otros muchos cultivos, se beneficiarán del uso de los OMDF.

causa de la inexistencia de herramientas suficientes que garanticen su correcto desarrollo. Los altos costes del registro fitosanitario hacen que sean pocas las materias activas autorizadas para su uso en estos cultivos, con la consiguiente pérdida de rentabilidad y competitividad de los agricultores que se dedican a su producción.

Por todo ello, desde AEFA, su presidente ha afirmado que “he-

mos propuesto al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente la autorización de ciertos MDF con uso restringido en estos cultivos menores” y que proporcionan una “acción complementaria” para mitigar los daños causados por plagas y patógenos más habituales que les afectan. De este modo, además, se contribuiría al fomento de la gestión integrada que persigue el actual PAN.

¡Activa tu cultivo!

brotone®

- Aumenta la **calidad** de las cosechas; buen cuajado y aumento del calibre de los frutos.
- Estimula la **producción** evitando el decaimiento de la planta durante la cosecha.
- **Mejora la resistencia** frente a los daños producidos por plagas, enfermedades, sequías, heladas, etc.
- Aumenta la **precocidad** del cultivo, estimulando los procesos vegetativos.
- Proporciona **equilibrio** entre las partes aéreas y radicales.
- Producto libre de residuos, totalmente natural.



grupo **agrotecnología®**

www.agrotecnologia.net

EN COLABORACIÓN CON EL CENTRO DE EVALUACIÓN ROSARIO

Grupo Agrotecnología establece una línea de investigación con un centro chileno

A través de su distribuidor en este país, Mip-Agro, la empresa está realizando ensayos que garanticen la eficacia de sus productos

■ CIA

Grupo Agrotecnología ha establecido una línea de investigación y análisis de sus productos en colaboración con el Centro de Evaluación Rosario, en Chile, a través de su distribuidor en este país, Mip-Agro. El objetivo fundamental es obtener ensayos tecnológicos fiables que garanticen la eficacia de los productos que esta empresa pone a disposición de los productores chilenos.

Las pruebas se han realizado con los productos Lecitec en cerezas, de la variedad Royal Down, con el objetivo de medir su efecto en el daño por rajado. Calcio Sprint en ciruelas europeas de la variedad D'Agén, con el propósito de evaluar el aumento de materia seca. Este mismo producto se ha analizado en manzanos de la variedad Granny Smith para comprobar su efecto en la disminución de la enfermedad nutricional de Bitter Pit. Y finalmente Fort Soil en cerezos de la variedad Bing con el objetivo de medir el crecimiento radicular en rizotrones.

Por otro lado, los ensayos que están en pleno desarrollo esta temporada 2012-2013 son: Lecitec



■ Vista de la página web de Grupo Agrotecnología. /FHALMERIA

en cerezas Bing con la intención de medir el efecto en rajado y mejorar su estado en post-cosecha y también en melocotonero de la variedad Zee Lady con el objetivo de mejorar el desorden de harnosidad y pardeamiento interno en post-cosecha.

José Miguel Figueroa Arra, ingeniero agrónomo del Centro de Evaluación Rosario, ha desvelado algunos datos de los trabajos que se han llevado a cabo: "Obtuvimos muy buenos resultados en el ensayo de Lecitec al lograr reducir el rajado de cerezos en un 50% respecto del testigo sin tratar, aumentar la firmeza en 9,5 unidades durofel llegando a 86,8, subiendo 3 grados brix en el mo-

mento de la cosecha y aumentando el porcentaje de la misma en la primera recolección en un 14,5 por ciento en el tratamiento con tres aplicaciones de Lecitec durante el crecimiento de los frutos."

En referencia a la prueba de Calcio Sprint en ciruelas D'Agén, el ingeniero comenta que "se logró aumentar en un 3% la materia seca y 3,33% el contenido de calcio soluble en la fruta del tratamiento con cinco aplicaciones vía fertirriego." Con respecto a este mismo producto (Calcio Sprint) en manzanos Granny Smith, "obtuvimos una diferencia de 10,8% menor en fruta con daño por bitter pit tras guardar las manzanas en atmosfera controlada por un

periodo de cuatro meses", concluyó diciendo el técnico.

Los ensayos se están desarrollando en el Centro de Evaluación Rosario, que es un ente privado que actúa de forma independiente evaluando los distintos manejos que se realizan en el rubro agrícola, ya sean de productos agroquímicos, prácticas culturales, o cualquier nueva tecnología para solucionar las distintas problemáticas asociadas a la agricultura.

La aceptación en Chile de productos 'cero residuos' está siendo muy elevada por las exigencias de los mercados internacionales, donde este país está presente con sus productos agrícolas.

EN CANARIAS

De Ruitter muestra sus portainjertos a responsables de los mayores semilleros

■ CIA

De Ruitter, marca de Monsanto, reunió del 10 al 13 de abril pasados, en Canarias, a responsables de los principales semilleros tanto de España como de Portugal para mostrarles su amplia gama de portainjertos, así como su material más reciente. De este modo, durante la visita a las islas, que incluía un tour por las instalaciones de la empresa Juliano Bonny, así como una visita a la cooperativa Cogrisan, los participantes pudieron conocer un poco más sobre los portainjertos Maxifort, Multifort, Beaufort, Optifort y Titron. Además, asistieron a una presentación en la que tuvieron la oportunidad de comprobar los resultados de injertar con Maxifort la variedad de tomate Mariana.

Ésta última ha sido la octava edición de este evento, que tradicionalmente congrega a los semilleros más importantes de la Península Ibérica. Gracias a él, De Ruitter traslada a sus clientes sus novedades, fruto de su importante inversión en ensayos demostrativos con toma de datos - Living Proof-. De las 1.000 hectáreas de tomate que se cultivan en Canarias, el 90% están injertadas; de hecho, los agricultores de la zona fueron pioneros en el uso de esta técnica en 1997.

ALMERÍA CULTIVA CASI 20.000 HECTÁREAS DE OLIVAR

El valor de las exportaciones de aceite se incrementa un 224%

■ I. F. G.

Las almazaras de la provincia exportaron durante el pasado mes de enero más de 52.000 kilos de aceite de oliva, un 90% más que un año antes, que alcanzaron un valor final comercializado de 153.000 euros, un 224% más que en el mismo mes de 2012. Así lo afirmaron desde la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, desde donde recordaron que, una vez más, Italia

se convirtió en el principal importador del 'oro líquido' almeriense. En este sentido, este país se hizo con el 50,9% del total del aceite exportado por la provincia. Tras Italia se situaron, por este orden, Suiza, con un 35,4% del total exportado, y Andorra, donde se vendió en torno al 10% del aceite provincial. Cantidades testimoniales tuvieron como destino final Brasil o Estados Unidos.

Con estos números, Almería se sitúa en el puesto número 19 del

ránking nacional de exportadores de aceite de oliva, con una cuota de mercado del 0,1%. Además, ha sido la provincia andaluza en la que la producción se ha visto menos afectada por las lluvias torrenciales ocurridas el pasado mes de octubre.

En esta campaña 2012/2013, en Almería se han cultivado 19.847 hectáreas de olivar, una superficie un 2,8% superior a la del ejercicio anterior. La cosecha ha ascendido a 50,8 millones de kilos.



■ El delegado José Manuel Ortiz en la visita a una almazara. /FHALMERIA

El futuro está en nuestras manos

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

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

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



EN BREVE

Agricultura confía en más aumentos del precio de la leche gracias al contrato entre ganaderos e industria

■ R. V. A.

El director general de la Industria Alimentaria, Fernando Burgaz, ha asegurado que el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente ha detectado en los últimos meses "un incremento de los precios que perciben los ganaderos y esperamos que, a través de la formalización de los contratos entre ganaderos e industria, se pueda consolidar esta tendencia a lo largo de los próximos meses". El 60 por ciento de los ganaderos ya firmaron un contrato.

El Palacio de Congresos de El Toyo acogerá los días 2 y 3 de mayo el IV Foro Nacional del Caprino

■ R. V. A.

El Palacio de Congresos de El Toyo acogerá los días 2 y 3 de mayo el IV Foro Nacional del Caprino, que se celebrará junto a las XV Jornadas Técnicas Caprinas, éstas últimas organizadas por el Colegio de Veterinarios de Almería.

Se trata del único foro de debate nacional sobre el sector caprino y tiene como objetivo propiciar la discusión y participación en temas de última actualidad para el sector y conocer sus necesidades.



UPA denuncia que la Gran Distribución utiliza el pollo como producto reclamo a precios bajos

■ R. V. A.

La Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos (UPA) ha constatado que en los últimos meses el precio de venta del pollo en las grandes superficies (Carrefour, Mercadona y Alcampo) es de 1,99 euros el kilo, lo que, según han explicado, "supone poner en el mercado un producto por debajo de lo que cuesta producirlo". Y es que, el coste de producción del pollo se sitúa, según los últimos datos disponibles, entre 2,40 y 2,70 euros el kilo.

INTERÉS

Caprina de Almería recibe leche de cabra de 550 ganaderos de la provincia

Andrés García Lorca, subdelegado del Gobierno en Almería, ha visitado la cooperativa Los Filabres, perteneciente al grupo

■ Rafa Villegas

El subdelegado del Gobierno en Almería, Andrés García Lorca, ha visitado una de las dos empresas que forman la cooperativa de segundo grado Caprina de Almería. Se trata, concretamente, de la cooperativa Los Filabres, ubicada en El Puntal, en el término municipal de Lubrín.

Durante la visita, García Lorca pudo conocer de primera mano los principales productos que se producen en Caprina de Almería, desde el alimento del ganado hasta el queso de cabra. Además, en la reunión se plantearon como alternativas de futuro la búsqueda de nuevos mercados en el exterior que puedan mejorar el rendimiento de esta cooperativa con capital netamente almeriense.

García Lorca se reunió con los presidentes de las dos cooperativas caprinas, Melchor Cara y Pedro Meca, y destacó "la importancia que para el interior de la provincia tienen iniciativas como las que desarrollan estas cooperativas, que significan una apuesta por el empleo y la innovación en el sector".



■ Reunión mantenida entre el subdelegado del Gobierno en Almería, Andrés García Lorca, y los empresarios. /FHALMERIA

Lo cierto es que Caprina de Almería es muy importante para toda la comarca. Prueba de ello es que en la actualidad cuenta ya con un total de 550 socios, así como con aproximadamente unas 75.000 cabezas de ganado en la provincia.

La actividad principal de esta importante cooperativa ganadera de segundo grado es, sin lugar a dudas, la comercialización conjunta de leche de cabra procedente siempre de las explotaciones de sus socios.

Según los datos ofrecidos por la propia Subdelegación del Go-

Francia importa la totalidad de la leche debido a su gran calidad

Francia importa el cien por cien de la leche de cabra de la cooperativa de segundo grado Caprina de Almería. Y es que, el mercado francés está muy satisfecho con la calidad de la leche de las cabras de razas granadina y murciana en la provincia.

bierno en una nota de prensa, la cooperativa de Almería produjo el pasado año 2012 alrededor de 30 millones de litros de leche de cabra, convirtiendo así a Almería en una de las provincias que más leche exporta de todo el territorio nacional. Sólo hay tres provincias que la superan en la clasificación. Se trata, concretamente, de, en orden decreciente, Lugo, el Principado de Asturias y Salamanca. En cuanto al principal mercado de destino, éste sigue siendo Francia, que utiliza la leche de cabra de Almería para elaborar queso.

EN ENERO

Almería aumenta un 86,8% el valor de la exportación de huevos

■ R. V. A.

El mayor precio al que se vendieron los huevos de granjas de la provincia al exterior en el mes de enero ha compensado el descenso que se ha registrado, de un 19 por ciento, de las ventas. Y es que, la facturación ascendió a unos 300.000 euros, un 86,7 por ciento más.

Lo cierto es que, por el valor de estas ventas, Almería se ha situado como la segunda provincia que más huevos exporta del sur del país, detrás de Sevilla, y la octava de España, con una cuota estatal de mercado de casi el 3 por ciento, según ha destacado el delegado territorial de la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, José Manuel Ortiz Bono. Todo ello gracias a las siete explotaciones avícolas de puesta que existen en la provincia.

El principal destino de los huevos de las granjas almerienses es, con diferencia, Argelia. En concreto, en el mes de enero se vendieron huevos por un valor de 251.000 euros a ese país norteafricano. El resto, sin embargo, fue directo a un país europeo, en este caso al mercado del Reino Unido, según los últimos datos oficiales que ha elaborado el Instituto de Comercio Exterior, más conocido por sus siglas: ICEX.

IV y V gama

NOVEDADES

Biosabor prevé exportar gazpacho bajo en sodio adaptado al mercado chino

La empresa acaba de iniciar, además, la comercialización de salmorejo y gazpacho sin gluten, ampliando así su gama de preparados

■ Isabel Fernández

Biosabor prevé empezar a exportar gazpacho bajo en sodio adaptado al mercado chino en breve. Así lo afirmaron desde la empresa, desde donde apuntaron, además, que este nuevo producto que se dirigirá al mercado oriental se elaborará "siguiendo las pautas nutricionales para dietas cardiosaludables". Este último producto viene a sumarse a la ya de por sí extensa, aunque



■ Gazpacho sin gluten y salmorejo, dos nuevos productos de Biosabor. /FHALMERÍA

joven, gama de preparados de Biosabor y que, sólo en 2013, ha incorporado ocho referencias, entre ellas, un salmorejo, gazpacho sin gluten y sus dos nuevos zumos de tomate, Cherry y Asur-

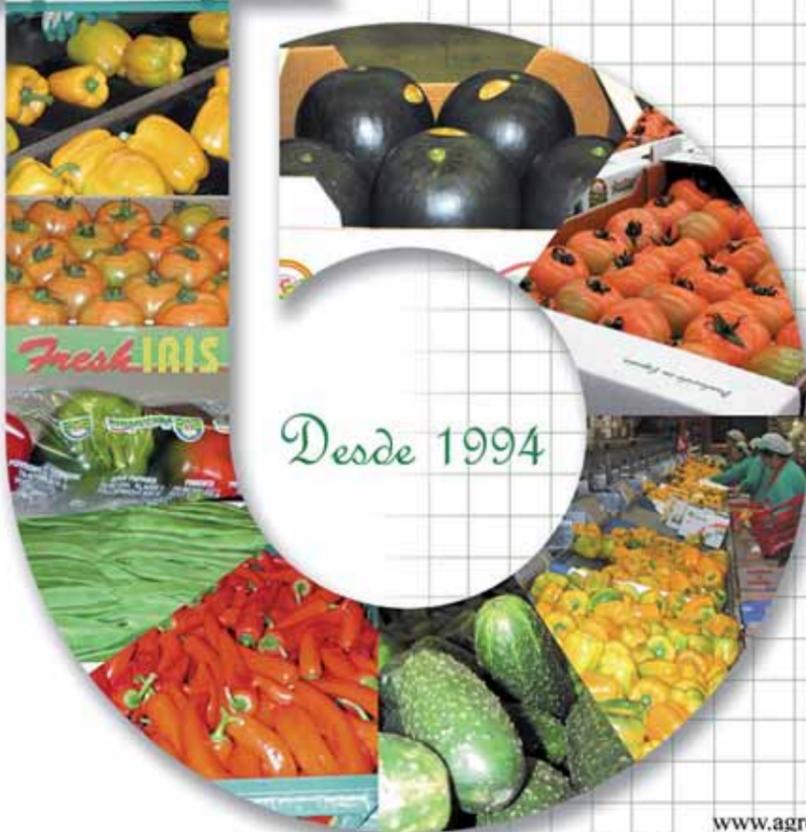
cado, cada uno de ellos elaborado a partir del tipo que le da nombre.

Los dos zumos fueron presentados de forma oficial el pasado mes de febrero en la feria alemana Biofach, mientras que el gazpacho sin gluten y el salmorejo se dieron a conocer durante la pasada edición del madrileño Salón de Gourmets. Con respecto a estos dos últimos productos, desde la empresa explicaron que "empezamos a producir este mes de abril" y añadieron que, en este primer año, "estimamos que la producción de salmorejo será de unas 70.000 unidades y unas 50.000 de gazpacho sin gluten". Con respecto a los mercados de destino, ambos productos se di-

rigirán, fundamentalmente, al mercado nacional, si bien "estamos muy interesados en exportar a Italia, Inglaterra, Francia y los Países Bajos".

La primera toma de contacto tanto del salmorejo como del gazpacho sin gluten con el consumidor tuvo lugar en el Salón de Gourmets. Sobre esta primera experiencia, desde Biosabor comentaron que "la acogida de la gama ha sido excepcional" y, de hecho, "clientes que ni siquiera sabían lo que era el salmorejo quedaron gratamente sorprendidos". Asimismo, señalaron que estos dos últimos productos "fueron espectaculares" para los clientes nacionales, mientras que "clientes de Suecia o Honk Kong se deleitaron con el sabor del zumo de tomate Asurcado". Y es que, en el caso de los zumos, "ya estamos implantados en el País Vasco, Cataluña o Madrid" y, lo que es más importante aún, "con la repetición de pedidos, la gente lo prueba y ganamos adeptos".

AGROIRIS



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



www.agroiris.com.

fguil@agroiris.com / asalinas@agroiris.com

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

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

Industria agraria

PIONEROS

Coprohñjar obtiene datos en tiempo real de sus socios gracias al uso de las TIC

Cada socio cuenta con una tablet que le permitirá enviar, en tiempo real, a la cooperativa las cifras del volumen recolectado a diario

■ I. F. G.

Coprohñjar acaba de incorporar a su día a día el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), que vendrá a mejorar el funcionamiento de la cooperativa. En este sentido, Coprohñjar ha entregado a cada uno de sus socios una tablet para que estos puedan comunicar en tiempo real a la cooperativa una serie de datos sobre el volumen de producto que recolectarán cada día, una información que, sin lugar a dudas, le será de mucha utilidad a



■ El delegado José Manuel Ortiz junto a los participantes en las jornadas. /FHALMERIA

la cooperativa a la hora de realizar las ventas a sus clientes.

Para sacar el mayor partido posible a estas tablets, la cooperativa organizó a mediados de abril unas 'Jornadas de Formación de Herramientas TIC', que fueron clausuradas por el delegado territorial de Agricultura, Pesca y

Medio Ambiente, José Manuel Ortiz. Durante el acto, Ortiz valoró la nueva apuesta de la cooperativa que, a su juicio, "toma la delantera en iniciativas de innovación y desarrollo, como ya lo hizo en la década de los noventa, cuando apostó por los métodos de cultivo con control bio-

lógico o por la concentración de la oferta en origen".

Para el delegado territorial, "el vertiginoso cambio cultural que marca la sociedad de la información exige una importante renovación de los planteamientos profesionales y la agricultura necesita de nuevos medios y una sólida formación tecnológica que permitan introducir prácticas innovadoras".

A partir de ahora, los socios de Coprohñjar, además de estar en contacto en tiempo real con su cooperativa, podrán tener acceso directo desde cualquier lugar a otro tipo de informaciones que les faciliten sus trabajos como, por ejemplo, a los datos climáticos que ofrece la estación meteorológica que hay en la cooperativa o a los resultados de los laboratorios de análisis de la Consejería.

ASAMBLEA GENERAL

AECOC apela a la competitividad de sus socios frente a la caída del consumo

■ I. F. G.

El presidente de la Asociación del Gran Consumo (AECOC), Francisco Javier Campo, ha instado a sus socios a que sigan apostando por la innovación, la internacionalización y los desarrollos tecnológicos como fórmula para ser más competitivos. Campo hizo estas declaraciones durante la última asamblea general de la Asociación, donde se refirió a una caída del consumo del 3% en el último año en España. Para el presidente de AECOC, "sin innovación no hay futuro ni para las empresas ni para los países", puesto que "la innovación genera riqueza y diferenciación" que es lo que, a la larga, otorga una mayor competitividad. España destina a innovación casi la mitad de la media europea, apenas un 0,72% del PIB.

EN COLABORACIÓN CON LA UNIÓN EUROPEA

Syngenta y Bayer CropScience diseñan un plan integral para mejorar la salud de las abejas

■ CIA

Syngenta y Bayer CropScience han propuesto un plan de acción para intentar poner fin al estancamiento en el que se encuentra la Unión Europea (UE) en relación a la salud de las abejas. A esta situación se ha llegado después de que la Comisión Europea (CE) no consiguiera alcanzar un acuerdo entre los Estados miembros sobre cuál debe ser la respuesta adecuada al informe de la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA, por sus siglas en inglés) en el supuesto riesgo que los plaguicidas neonicotinoides tienen sobre las abejas.

John Atkin, director general de operaciones de Syngenta, señaló: "Este plan integral aporta una valiosa perspectiva sobre la salud de

las abejas, mientras que la prohibición de los neonicotinoides no ayudará en absoluto a conocer la verdadera causa del problema. La prohibición de estos productos innovadores no salvaría ni una sola colmena y ha llegado el momento de que nos centremos en abordar las verdaderas causas que provocan la reducción de poblaciones apícolas. El plan se basa en la confianza que tenemos en la seguridad de nuestros productos y en nuestro compromiso histórico de mejorar el entorno de las abejas".

El doctor Rüdiger Scheiza, miembro del Consejo de Administración de Bayer CropScience y director del Departamento de Estrategias y Gestión empresarial afirmó: "Incluso aunque todas las pruebas señalan a diversos pará-



■ Colmenas de abejas usadas para la polinización de la sandía. /FHALMERIA

sitos y enfermedades como la causa real del empeoramiento de la salud de las abejas, estamos dispuestos a hacer todo lo que esté en nuestras manos para que nuestros clientes confíen en nuestros productos. La clara falta de acuerdo entre la CE y los Estados miembros requiere un plan audaz para que los agricultores de Europa puedan seguir produciendo alimentos de alta calidad a un precio asequible, a la vez que se mejora la salud de las abejas y de otros po-

linizadores. Estamos convencidos de que podemos ofrecer un plan de esas características".

Las características principales de este plan de acción son, en primer lugar, aumentar significativamente la creación de márgenes de flores, ricos en polen, en toda la UE para proporcionar el hábitat y la nutrición esenciales para las abejas. Asimismo, ambas multinacionales apuestan por apoyar la puesta en marcha de un amplio plan de monitorización sobre la

salud de las abejas, incluyendo la detección de productos neonicotinoides para la protección de cultivos, especialmente en el maíz, la colza, el girasol y el algodón.

Este plan incluye, además, la puesta en marcha obligatoria de estrictas medidas para reducir los riesgos a los que están expuestas las abejas; los fabricantes ya las recomiendan y la mayoría de los agricultores las aplican de manera eficaz como buena práctica agrícola. Junto a ello, Syngenta y Bayer CropScience apuestan por la inversión e implementación, lo antes posible, de nuevas tecnologías para reducir las emisiones de polvo producidas durante la siembra de semillas tratadas con productos neonicotinoides para la protección de cultivos.

Por último, este plan conjunto incluye la inversión en investigación y desarrollo para encontrar nuevas soluciones a los problemas principales que afectan a la salud de las abejas, entre ellos parásitos y virus, y la realización de amplios estudios pilotos a largo plazo para demostrar su efectividad.

POR UNA AGRICULTURA SIN RESIDUOS

Piretrina Seipasa, una alternativa natural y eficaz a los insecticidas neonicotinoides

Este tratamiento alternativo natural permite controlar la práctica totalidad de los insectos plaga de los cultivos respetando el entorno

■ CIA

La Comisión Europea (CE) sigue adelante con su plan para prohibir durante dos años el uso de los tres insecticidas neonicotinoides, cuyo uso está muy extendido en campos de cultivo de todo el mundo, por el grave riesgo que suponen para la salud de las abejas. En este contexto, el tratamiento Piretrina Seipasa se ha demostrado como una alternativa natural y eficaz para controlar la práctica totalidad de los insectos plaga de los cultivos, respetando el medio ambiente.

La importancia de las abejas en la cadena de producción de alimentos reside en que son los prin-

cipales agentes polinizadores y en torno al 75%-85% de la producción de dichos alimentos y de las especies de plantas dependen de dicha labor polinizadora. Varios estudios de primer nivel lo habían señalado y ahora la Unión Europea (UE) lo confirma: los pesticidas son un riesgo para las abejas. En concreto, unos pesticidas neurotóxicos relacionados con la nicotina llamados neonicotinoides. Estos datos están avalados por diferentes estudios de las prestigiosas revistas Science, que ofrecen evidencias reales sobre los daños que dichos pesticidas podrían estar causando en la población de abejas; y Nature, que explica las claves para entender cómo perjudican estos plaguicidas a las colonias polinizadoras.

De hecho, la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) ya recomendó en enero prohibir su uso según tipos de cul-



■ Piretrina Seipasa. /FHALMERIA

tivo y condiciones de tratamiento. En los próximos meses, la CE habrá de adoptar una decisión final sobre estos insecticidas.

PIRETRINA SEIPASA

En este escenario, Seipasa ofrece un tratamiento alternativo na-

tural, que permite controlar la práctica totalidad de los insectos plaga de los cultivos, avalado por estudios de eficacia y, sobre todo, respetuoso con el medio ambiente: Piretrina Seipasa. Las seis moléculas principales presentes en el producto, así como las proporciones entre las mismas, son las responsables de su efecto de contacto y de su amplio espectro. Además, su carácter botánico natural evita la formación de resistencias, debido a que los insectos se ven afectados por su acción multisitio.

Tal y como explica el presidente de Seipasa, Pedro Peleato, "en la elaboración de este producto utilizamos las mejores materias primas, que garantizan la eficacia de nuestro formulado". De hecho, la eficacia de este tratamiento viene avalada no sólo por la empresa, sino por ensayos oficiales, en los que se muestra la alta tasa de éxito del trata-

miento con Piretrina Seipasa como curativo en diferentes cultivos.

REGISTRO

En la misma línea, gracias a la tecnología RZ, se asegura una baja toxicidad. La ecotoxicología del formulado también está testada por laboratorios oficiales externos, para la cumplimentación de los requisitos especificados por el Registro Oficial de Fitosanitarios, tanto a nivel español como europeo. Estos requisitos avalan que este tratamiento tiene un bajo riesgo para el medio ambiente, los animales y las personas, siendo a su vez altamente efectivo para el control de las plagas agrícolas y de almacén. Además, su formulación libre de Butóxido de Pipeironilo garantiza un manejo integrado de las explotaciones agrícolas y permite obtener cosechas sin residuos.

Nosotros Queremos ...



Nosotros Queremos  **Costa de Almería**
HORTOFRUTICOLA



Plaza Huerta de Europa, 1 · Cortijos de Marín · Apto. Correos 446 · 04740 Roquetas de Mar (Almería) · Tel: +34 950 32 62 32 / Fax: +34 950 32 62 33

www.hcostadealmería.es



I+D

EVENTOS

IRTA. Expertos publican los datos de la primera secuenciación del genoma del melocotón

■ CIA

Un equipo internacional de investigadores ha publicado los datos de la primera secuenciación del genoma del melocotón, lo que servirá para mejorar el sabor de esta fruta o su resistencia a heladas o plagas. Por parte española, ha contribuido a este estudio el investigador Pere Arús, del Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Barcelona (IRTA). Éste ha detallado que están trabajando con genes que tienen que ver con la calidad, color y sabor del fruto.

FORMACIÓN. IFAPA imparte cursos de incorporación a la empresa agraria en La Cañada y La Mojonera

■ CIA

IFAPA ha impartido dos cursos de incorporación a la empresa agraria entre los días 15 y 24 de abril, tanto en sus centros de La Cañada como en La Mojonera. Uno de los cursos ha tratado sobre el suelo, la nutrición y medio ambiente en invernaderos y se han impartido nociones de física y química del suelo, desinfección, mejora y preparación del suelo, etc. El otro curso ha tratado sobre la modernización de las explotaciones.



CAMBIOS. AEPLA reclama un marco normativo sólido que facilite la I+D en el sector fitosanitario

■ CIA

Durante la celebración de su XXXVI Asamblea General, AEPLA ha realizado un balance y ha mostrado cuáles serán las líneas de actuación de cara a 2013. En este sentido, su presidente, Sergio De-dominici, ha manifestado que la industria debe continuar con su empeño en la mejora del proceso de registro hasta ver materializados los cambios anunciados por la nueva Administración, sin renunciar a un sistema sólido para mantener los altos niveles de inversión en I+D.

PROYECTOS EFICIENTES

Científicos crean combustibles, plásticos y depuradoras a través de microalgas

Estos proyectos están siendo realizados por investigadores de las universidades de Almería, Granada y Huelva

■ Elena Sánchez

El Campus de Excelencia Internacional Agroalimentario (CEIA3), a través de uno de sus equipos de la Universidad de Almería, está en pleno desarrollo de un estudio para crear biodiesel a partir de microalgas, las cuales son altamente eficientes en la fijación de CO₂, convirtiéndolo en biomasa, materia a partir de la cual se pueden obtener biocombustibles. Los estudios de este proyecto, denominado Captura, fijación y valorización del CO₂, se llevan a cabo en la planta piloto para el cultivo de microalgas marinas, en concreto la empleada para este proyecto es la estirpe *nannochloropsis gaditana*, según afirma Cynthia González.

En cuanto al estudio de nuevas tecnologías para el cultivo de microalgas, los expertos están analizando tres sistemas de cultivo: con fotobiorreactores tubulares,



■ Investigadores de la Universidad de Almería. /FHALMERIA

fotobiorreactores planos verticales y reactores tipo raceway. "Éste último es el más empleado a nivel industrial, ya que es el más económico".

OTROS PROYECTOS

Por otro lado, la Universidad de Huelva investiga cómo obtener plásticos de las microalgas. El objetivo es conseguir biomoléculas que puedan usarse en la producción de polímeros industriales,

sin necesidad de recurrir al petróleo. La finalidad es que polisacáridos e hidrocarburos producidos por las microalgas puedan ser usados como materia prima en la elaboración de plásticos, envases, cuerdas o fibras, entre otras aplicaciones.

Finalmente, la spin off de la Universidad de Granada BIOT ha encontrado en las microalgas la solución para depurar los residuos líquidos que se generan en la pro-

ducción de aceite de oliva y que figuran entre los más contaminantes de la industria agroalimentaria. La alternativa que proponen estos investigadores se basa en la acción de las microalgas sobre la materia orgánica que contamina las aguas de lavado. En definitiva, se trata de emular el proceso natural, optimizándolo y acelerando los tiempos para que sea viable desde el punto de vista industrial.

EN UN ENCUENTRO

El INIA analiza la adaptación de la horticultura al cambio climático

■ E. S. G.

El Instituto Nacional de Investigación y Tecnología Agraria y Alimentaria (INIA) ha reunido a científicos y representantes del mundo empresarial en un foro sobre la adaptación al cambio climático en la producción hortícola, donde se han analizado aspectos como nuevas plagas o mejora de variedades.

En este sentido, según ha explicado el director del INIA, Manuel Laínez, el encuentro ha servido para acercar las líneas de investigación en las que se trabaja actualmente en las instituciones científicas a las necesidades de las empresas, "pensando siempre en la competitividad".

Entre los aspectos que se han abordado figura la protección vegetal, ya que existe la preocupación por la aparición de nuevas plagas. En otras mesas de trabajo se han tratado cuestiones sobre la mejora vegetal y la obtención de nuevas variedades, así como las técnicas de manejo de cultivos tanto en invernadero como al aire libre, en aspectos como riego o el uso de fertilizantes.

Universidad

JORNADAS UNIVERSIDAD-EMPRESA

Expertos y empresarios del sector debaten sobre la concentración de la oferta

Este encuentro ha abordado las ventajas y desventajas que tiene esta acción, así como el funcionamiento de la cadena alimentaria

■ Elena Sánchez

Un grupo de expertos y empresarios relacionados con el sector agroalimentario de la provincia ha debatido en la Universidad de Almería sobre la integración de las cooperativas dirigida a la concentración de la oferta y mejora del funcionamiento de la cadena alimentaria. La apertura de la jornada corrió a cargo de Ana Gea, gerente de la Fundación Mediterránea; Francisco Egea, subdirector del Centro de Investigación de Biotecnología Agroalimentaria de la UAL y Jerónimo Molina, presidente de la Mesa de Agroalimentación del Foro de Innovación Universidad-Empresa.

En este sentido, este encuentro de trabajo ha abordado las ventajas y desventajas de la concentración de la oferta en el sector hortofrutícola, que ha visto crecer en



■ Inauguración de la III Jornada de la Mesa de Agroalimentación. /FHALMERIA

los últimos años en Almería el número de empresas comercializadoras.

Igualmente, otro de los asuntos que se han abordado en este encuentro han sido los gustos de los consumidores que, según los expertos, implicarán cambios en la forma de comercialización de frutas y hortalizas.

Eduardo Bahamonde, director general de Cooperativas Agroalimentarias de España, ha explicado el plan de concentración de la oferta e integración cooperativa en España y ha señalado que el

número total de cooperativas es de 3.861, con un valor de facturación de más de 19.000 millones de euros y un impacto directo en la creación de empleo, con cerca de 100.000 puestos de trabajo.

Entre los ponentes participantes también han estado Enrique de los Ríos, gerente de Unica Group, y Honorio Sánchez, gerente de la cooperativa Murgiverde, que han explicado la experiencia de integración desarrollada por estas dos cooperativas almerienses.

EN ROQUETAS DE MAR

El valor y la sostenibilidad en la cadena alimentaria, tema a tratar en los cursos de verano

■ E. S. G.

La Universidad de Almería ha presentado, un año más, los cursos de verano que organiza con el fin de abordar los temas económicos y sociales más importantes del momento y que más influyen en la provincia almeriense. En este sentido, el rector de la Universidad, Pedro Molina, junto con el alcalde de Roquetas de Mar, Gabriel Amat, entre otros, presentó hace unos días los cursos que se van a desarrollar en dicha localidad almeriense el próximo mes de julio. Y es que, para el rector, estos cursos "responden a criterios de calidad científica, de diversidad temática y de oportunidad social".

En este sentido, entre los cursos a realizar en Roquetas de Mar, la agricultura tendrá un hueco, ya que se tratará el valor y la sostenibilidad en la cadena alimentaria de frutas y hortalizas. Al respecto, el subdirector del Centro de Investigación en Biotecnología Agroalimentaria de la Universidad, Francisco Egea, dirigirá dicho curso, con el que se

quiere complementar la formación en las distintas áreas que intervienen en la gestión de la cadena alimentaria y que pretende dotar, tanto a estudiantes como a profesionales del sector, de una visión multidisciplinar que incremente la calidad y la eficiencia en la gestión y organización de la cadena de frutas y hortalizas.

Igualmente, cabe destacar que este curso contará con la presencia, por ejemplo, del responsable de la Comisión Ejecutiva de la Federación Europea de Biotecnología, así como de expertos y profesionales muy relevantes del sector en la provincia.

CURSOS CONOCIDOS

Estos cursos son ya más que conocidos en la provincia almeriense, puesto que cada año se esfuerzan por lograr tocar los temas más importantes que incumben a la sociedad.

En esta ocasión, los cursos se celebrarán del 1 al 26 de julio en las sedes de Roquetas de Mar, Almería, Canjáyar, Carboneras, Laujar y Oria.

ES LA CUARTA EDICIÓN

El Grupo AGR 200 realiza un curso sobre peritación en cultivos protegidos

■ E. Sánchez

El Grupo de Investigación de la Universidad de Almería AGR 200 ha realizado a primeros de abril el curso 'Peritaciones en cultivos protegidos: tomate, pimiento, berenjena, pepino, calabacín, judía, melón y sandía'. En esta cuarta edición, la duración del curso ha sido de 30 horas y ha estado dirigido a los titulados del primer y segundo ciclo con experiencia en

tasaciones agrarias, así como a estudiantes de último curso de Ingeniero Agrónomo e Ingeniero Técnico Agrícola.

TEMARIO

El curso se ha llevado a cabo en la Universidad de Almería y ha contado con un temario bastante amplio en el que se ha hablado de varios aspectos: los cultivos de pimiento, berenjena, pepino, calabacín, judía, melón, sandía y tomate y sus técnicas

culturales; las enfermedades criptogámicas y virosis que afectan a estos cultivos; las normas específicas de peritación en los cultivos; los casos prácticos de peritaciones y visitas a campo; así como también se ha llevado a cabo un trabajo práctico de tasaciones agrarias.

El Grupo de Investigación de la Universidad de Almería AGR 200 se dedica a la producción vegetal en sistemas de cultivos mediterráneos.



■ Producción de pepino bajo invernadero. /FHALMERIA

ENCUENTRO ENTRE EXPERTOS Y EMPRESARIOS AGRARIOS

El sector agroalimentario analiza las ventajas de la exportación vía marítima

■ Elena Sánchez

Un grupo de expertos y empresarios del sector agroalimentario de la provincia almeriense se ha reunido en la Universidad de Almería para debatir las posibilidades del transporte de hortalizas por vía marítima, una opción aún poco utilizada para la exportación de frutas y hortalizas. Este encuentro de trabajo ha tratado de presentar alternativas de transporte viables a los diferentes agentes de la cadena logística del sector exportador de frutas y hortalizas. Como se ha explicado, estos exportadores quieren encontrar nuevas alternativas al transporte sostenible que les hagan ganar competitividad y les permitan beneficiarse de las ventajas que ofrece el transporte marítimo.

En este sentido, la presidenta de la Autoridad Portuaria, Trinidad Cabeo, ha señalado que es importante que el sector exportador de frutas y hortalizas “se beneficie de las ventajas de la intermodalidad”, es decir, la combinación de diferentes vías de transporte para llegar a nuevos mercados.

PROYECTOS

Durante esta jornada, se han presentado tres proyectos de soluciones logísticas para los mercados holandés, italiano y británico. Distintas empresas que en la actualidad realizan estas ru-

Durante la jornada se han presentado tres proyectos de soluciones logísticas para los mercados holandés, italiano y británico. Tras las distintas ponencias, las empresas hortofrutícolas almerienses se han reunido con entidades que trabajan por mar



■ Durante la jornada se debatieron las posibilidades del transporte de hortalizas por barco, una opción aún poco utilizada en el sector agroalimentario. /FHALMERIA

tas marítimas han explicado las ventajas que tendría el transporte por barco desde el puerto de Almería hasta diferentes países pasando por los puertos de Rotterdam, Génova-Savona y Southampton.

Uno de los ponentes en esta jornada, el profesor de Economía de la UAL, José Ángel Aznar, ha explicado que durante siete meses, Almería cuenta con una producción suficiente como para

Empresarios del sector hortofrutícola provincial se reúnen con varias entidades

Después de las distintas ponencias en las que se habló sobre las ventajas del transporte marítimo, empresarios del sector hortofrutícola de Almería han mantenido una serie de encuentros con las

empresas Naviera Alveis Shipping; Grimaldi, que trabaja con el mercado italiano; y Southampton Fruit Handling LTD., que hace la ruta marítima en barcos frigoríficos al sur de Inglaterra.

plantearse el transporte marítimo. Explicaba que los mercados tradicionales no han cambiado en los últimos 15 años, pero se han incorporado otros como los países del Este que se están comportando de forma dinámica y que, al estar geográficamente más alejados, son más factibles para el transporte por barco. En este caso también estarían otros mercados como el ruso, Canadá o Estados Unidos.

UNIÓN

UAL, HORTYFRUTA y COEXPHAL colaboran en innovación y formación

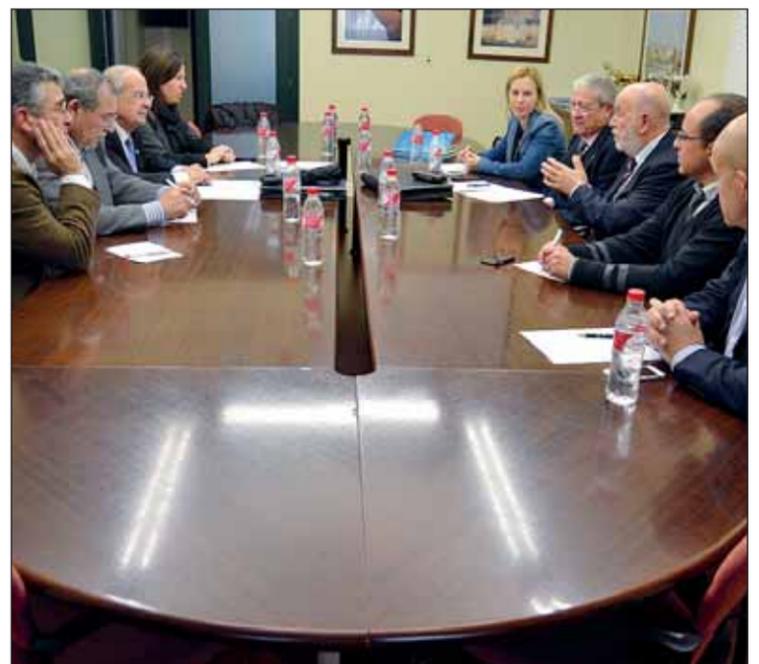
■ E. Sánchez

La Universidad de Almería, la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA) y COEXPHAL se han reunido con el fin de buscar nuevas vías de colaboración en innovación y formación continua. En este sentido, en el encuentro se destacó que, en el desarrollo de la provincia de Almería, la UAL ha jugado un papel especial y lo debe seguir

jugando, porque en tiempos como los actuales, el conocimiento y la innovación son clave.

Tanto la Universidad como el resto de instituciones empresariales se han comprometido en hacer un nuevo protocolo conjunto de actuación, principalmente para concretar acciones de colaboración en las áreas de innovación y formación continua, y aquí una pieza clave va ser BITAL, el Centro de Investigación en Biotecnología Agroali-

mentaria de la UAL. Igualmente, se concluyó que es fundamental disponer de adecuados canales de comunicación entre la Universidad y el sector agroalimentario, no sólo para dar a conocer las múltiples posibilidades de colaboración, sino para difundir acciones concretas y reales que han permitido dar soluciones al sector. Con esta unión, la agricultura podrá impulsar su investigación a las máximas cotas.



■ Reunión en la Universidad de Almería. /FHALMERIA

Legislación

EN BREVE

El Gobierno aprueba una nueva regulación para la aplicación de la Etiqueta Ecológica de la UE

■ CIA

El Consejo de Ministros aprobó recientemente un Real Decreto (RD) por el que se establecen las normas para la aplicación de la Etiqueta Ecológica de la Unión Europea (UE), creada en 1992 con el fin de promover productos que puedan reducir los efectos ambientales adversos. El RD incluye una ampliación de las posibilidades de su utilización para evitar la proliferación de sistemas nacionales de etiquetado, así como la sustitución de materias químicas por otras más seguras.

España recibe 4,4 millones de euros para el Plan de Consumo de Fruta en las Escuelas 2013-2014

■ CIA

España recibirá 4,4 millones de euros para el Plan de Consumo de Fruta en las Escuelas 2013-2014, promovido por la Unión Europea (UE) y en el que participan 24 Estados miembros. En total, la UE destinará 90 millones para el desarrollo de esta iniciativa durante el próximo curso escolar. Desde que se pusiera en marcha en 2009, el número de niños beneficiados no ha parado de crecer. Sólo en 2011-2012, el programa llegó a 8,1 millones de alumnos.



Cinco ganaderos de la provincia reciben 12.000 euros procedentes de las ayudas agroambientales

■ CIA

Cinco ganaderos de la provincia han recibido, en total, 12.080,10 euros procedentes de las ayudas agroambientales de la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente para el cuidado de las razas autóctonas en peligro de extinción. La Consejería autorizó a principios de abril el pago de 5,6 millones de euros a 1.296 agricultores y ganaderos andaluces. Almería es la provincia en la que menos productores se beneficiarán y con una menor cuantía de ayudas.

SE PREVÉ QUE HAYA ACUERDO PARA EL 30 DE JUNIO

La reforma de la PAC entra en su fase final y PE, Consejo y CE inician la negociación

Andalucía exigirá en esta fase una PAC "reforzada" que mantenga un apoyo adecuado a la realidad productiva de la Comunidad

■ Isabel Fernández

El pasado 11 de abril, el Parlamento Europeo (PE), el Consejo y la Comisión Europea (CE) iniciaron las negociaciones institucionales para alcanzar una postura común sobre la actual reforma de la Política Agraria Común (PAC), sobre la que se prevé que haya acuerdo el próximo 30 de junio. Hasta entonces, están programadas más de 30 reuniones que incluyen los trílogos entre PE, Consejo y CE, las reuniones de la Comisión de Agricultura del PE y de los Consejos de Agricultura. En esta primera reunión, se abordaron dos temas fundamentales, como son los pagos directos y la OCM única.

Llegados a este punto de la negociación, desde la Junta de Andalucía tienen muy claro que seguirán trabajando para conseguir una PAC "reforzada", que mantenga las reivindicaciones de mejora con las que coincide Andalu-



■ Vista general del Parlamento Europeo. /FHALMERIA

cía y recoja aquellas que aún no han sido introducidas en las propuestas de la partida. Y es que, según el calendario previsto, cada Estado miembro tendrá que aprobar la normativa de desarrollo interno tras la publicación de los nuevos reglamentos europeos y será en ese debate nacional donde, según Luis Planas, consejero de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, "desde Andalucía defendemos nuestra posición para que

nuestro sector mantenga el nivel de apoyo adecuado a la realidad productiva y al objeto de promover la competitividad y la generación de empleo". En este sentido, Planas recordó que "más de 200.000 explotaciones ven comprometido su futuro en función de esta negociación, así como los 280.000 empleos que genera el sector".

Planas apuntó que, ante este panorama, la Junta aboga por el man-

tenimiento de los casi 2.000 millones de euros que Andalucía recibe de la PAC y, de hecho, defendió un reparto financiero en función del peso específico del agro andaluz en España. Asimismo, valora la postura del PE en torno a la gestión de mercados y el reequilibrio de la cadena alimentaria y que recoge la necesidad de desarrollar una serie de herramientas que permitan dar una respuesta rápida a las crisis de precios.

COLABORACIÓN

Junta y sector se alían para mejorar la situación de los cítricos andaluces

■ I. F. G.

La Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente y el sector de los cítricos andaluz han constituido un grupo de trabajo con la intención de reforzar la interlocución entre ambas partes y establecer líneas de trabajo que contribuyan a mejorar la situación del sector. En este sentido, y entre los principales problemas a los que, hoy por hoy, se enfrentan productores y comercializadores de cítricos, se encuentran la ordenación y adaptación de la oferta a la demanda, la ampliación de los calendarios de producción, la consecución de un mayor equilibrio en la cadena alimentaria o la mejora de los canales de comercialización.

Junta y sector han mantenido una primera reunión en la que la secretaria general de Agricultura y Alimentación, Judit Anda, se ha comprometido a, en un próximo encuentro, presentar un análisis en profundidad de la realidad del sector, con el fin de acordar una serie de actuaciones que redunden en beneficio del sector.

Marketing

AMPLIANDO MERCADOS

Las 'delicatessen' de Almería cautivan a los distribuidores en el Salón de Gourmets

Una veintena de empresas de la provincia participó del 8 al 11 de abril en la muestra madrileña, que reunió a más de 1.200 expositores

■ Isabel Fernández

Las empresas de Almería participantes en la última edición del Salón de Gourmet, que tuvo lugar en Madrid del 8 al 11 de abril pasados, han vuelto a casa con los deberes hechos. Muchas de ellas han logrado cerrar acuerdos comerciales y otras han hecho una serie de contactos que, con toda probabilidad, darán sus frutos en un futuro no muy lejano. En este sentido, Javier Aureliano García, vicepresidente de la Diputación, institución que apadrinó la presencia de la veintena de empresas participantes en la muestra, afirmó que "ha habido contactos de empresas con agregados comerciales de embajadas", así como "con la gran distribución". Según apuntó, muchos de esos contactos "están llegando a buen puerto y las operaciones comerciales están saliendo adelante".

Entre esos contactos que, durante el Salón de Gourmets, llegaron a buen puerto se encuentran los mantenidos por las empresas integrantes del Consejo Regulador de la IGP Tomate La



■ El diputado provincial de Agricultura, Óscar Liria (centro), junto a empresarios participantes en el Salón madrileño. /FHALMERIA

Cañada con representantes comerciales de Oriente Medio. Tal y como indicaron desde la IGP, estos empresarios mostraron gran interés por el tomate con esta distinción y, de hecho, quisieron seguir ahondando en estas relaciones. Junto a esto, desde la IGP afirmaron que recibieron propuestas de mercados a nivel internacional, entre las que se en-

contraban países de la Europa del Este.

Junto a la IGP, empresas como Hortofrutícola Costa de Almería no quisieron perderse la oportunidad de estar presentes en el Salón. En este caso, la empresa que preside Juan Enrique Vargas llegó a Madrid con la clara intención de seguir dando a conocer su línea de V gama QDe-

licias. De este modo, su adjunto a Gerencia, Luis Cañadas, comentó que "estamos completamente convencidos de que el sector de los productos más elaborados es el futuro de nuestra empresa y del campo de Almería". Para él, "en tiempos en los que la competencia de otras regiones productoras crece día a día y los consumidores son cada vez más exigentes, debemos aportar un mayor valor a nuestra producción"; de ahí el nacimiento de su línea de negocio QDelicias, que volvió a estar presente en el Salón madrileño.

Junto a la producción hortofrutícola provincial tanto en fresco como ya elaborada, la muestra contó con la presencia de empresas cárnicas o bodegas. Casi todas ellas bajo el paraguas de la Diputación de Almería, ya que, según comentó el diputado provincial de Agricultura, Óscar Liria, "el hecho de promocionar a las empresas de forma conjunta bajo un mismo stand contribuye a potenciar la 'Marca Almería'".

Las hortalizas con formas 'triumfan' entre mayoristas y grandes cadenas

Las hortalizas con formas popularizadas por la empresa almeriense Zayintec despertaron un gran interés entre varios grupos mayoristas y cadenas de distribución que buscan nuevos productos que resulten atractivos para el consumidor. De este modo, los contactos mantenidos por la empresa durante la celebración del Salón de Gourmets fructificaron en la posibilidad de que Zayintec desarrolle 'a la carta' variedades con formas basadas en las necesidades concretas de cada distribuidor, gracias a sus moldes patentados para uso alimentario y que ya han ensayado en tomate, calabacín o lima.

CT TECNOVA busca colaboradores para definir los gustos del cliente

El Centro Tecnológico de la Industria Auxiliar de la Agricultura-TECNOVA no quiso perderse la oportunidad que ofrecía el Salón de Gourmets para contactar con empresas del sector agroalimentario y conocer las últimas novedades en alimentación de alta gama. Para ello, hasta Madrid se desplazó su gerente, M^a Carmen Galera, quien

mantuvo reuniones con diversas empresas interesadas en estudiar maridajes, nuevos desarrollos de productos hortícolas o en poner en valor sus productos a través del análisis sensorial y la revaloración de las frutas y hortalizas a través de exhibiciones de 'show cooking'.

Según comentaron desde el CT TECNOVA, muchas de

las empresas presentes en la muestra se interesaron por los servicios que ofrece la Fundación. Y es que, gracias al asesoramiento técnico y a las instalaciones con las que cuenta el CT, las empresas pueden determinar nuevos productos y formatos de interés para el mercado, así como estudiar la vida útil de sus productos, los compuestos organolépticos, la composición nutricional óptima para el consumidor u obtener estudios de postcosecha.

Agenda en la Red

Coordina: ELENA SÁNCHEZ

www.inia.es

I+D+i. El portal donde conocer las novedades de todo el sector

El INIA es el Instituto Nacional de Investigación Agraria y cuyo portal Web está diseñado con el fin de dar a conocer las últimas novedades que dicho Instituto lleva a cabo. De hecho, el INIA se creó con el objetivo de coordinar todos los estudios que se realizaban en España en las áreas de agronomía, forestal y pecuaria y hoy día está adscrito a la Secretaría de Estado de Investigación, Desarrollo e Innovación del Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO).



www.elagricultor.com

DESARROLLO. El fin es acercar Internet al agricultor y al ganadero



El portal Web es un espacio creado por un grupo de productores con el fin de acercar Internet al agricultor y al ganadero, lo que ayudará a su desarrollo y bienestar.

www.agrolonja.es

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



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

www.cienciadirecta.com

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



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

www.femur.es

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



La Web de la Mujer Rural está creada con el fin de ser un punto de encuentro entre todas las agricultoras del ámbito nacional. El objetivo de FEMUR es mostrar información y novedades de las normas que salen en favor del trabajo de la mujer rural.

www.cap.junta-andalucia.es

Agricultura crea un espacio en Internet para ver los datos de los operadores ecológicos



A través de esta Web, el usuario podrá acceder 'on line' al listado de operadores ecológicos andaluces para obtener información relativa al tipo de operador, unidades productivas, actividad y producto.

Medio ambiente

DENTRO DEL PLAN INFOCA

Más de 220 pastores y sus rebaños ayudan a prevenir incendios forestales

La utilización del pastoreo controlado permite un mantenimiento sostenible y tradicional del monte mediterráneo andaluz

■ Isabel Fernández

El programa de pastoreo controlado con ganado, que este año cuenta con la participación de 228 pastores, es una de las iniciativas de prevención enmarcadas en el dispositivo que el Infoca pone en marcha entre los meses de octubre y mayo, considerados de peligro medio y bajo de incendios. Esta iniciativa, según explicaron desde la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, consiste en el empleo de ganado en régimen de pastoreo controlado para eliminar el combustible vegetal de las zonas de cortafuegos y mantener las infraestructuras de cara a la prevención de los incendios forestales.

Para ello, la Consejería, a través del Plan Infoca, suscribe anualmente convenios con los pastores en los que se delimitan las áreas donde trabajarán y, una



■ Los animales contribuirán a limpiar las malas hierbas de más de 3.200 kilómetros lineales de cortafuegos. /FHALMERIA

vez realizado el pastoreo, se evalúan sus resultados y se establece la remuneración correspondiente en cada caso. En esta ocasión, el programa dispone de un presupuesto de casi 800.000 euros, gracias a los cuales se tratarán unos 3.252 kilómetros lineales de cortafuegos en la Comunidad Autónoma. Tanto el número de pastores como las áreas de

actuación de este programa han ido creciendo desde su puesta en marcha en el año 2005.

Según apuntaron desde la Administración andaluza, a través de un comunicado, la utilización del pastoreo controlado como herramienta de prevención de incendios permite el mantenimiento sostenible y tradicional del monte mediterráneo andaluz, al

tiempo que fomenta el oficio de la ganadería. En este sentido, la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente también dispone del programa formativo denominado 'Escuela de Pastores', que este año desarrolla su tercera edición y a través del cual se persigue impulsar y promocionar el empleo forestal mediante la recuperación de este oficio.

EN EL PARLAMENTO

“La Junta ha dejado de ejecutar el 60% del Plan de Inundaciones”

■ I. F. G.

El parlamentario andaluz del Partido Popular (PP), José Cara, ha criticado el escaso nivel de ejecución del Plan de Avenidas e Inundaciones de la Junta de Andalucía y que, según afirmó en el Parlamento andaluz, apenas ha llegado a un 40% de ejecución, puesto que “la Junta ha dejado de ejecutar el 60% de dicho Plan”. Según Cara, “estas infraestructuras son importantes para evitar desastres como el ocurrido en el Levante de Almería el pasado otoño” y que supuso, entre otras cosas, grandes pérdidas para los agricultores y regantes de la zona. Cara también ha acusado a la Administración andaluza de no mantener limpios los cauces de los ríos.

BUENAS CIFRAS

Los embalses de la provincia afrontan la primavera con un 23% de llenado

■ I. F. G.

Los embalses de la provincia afrontan la primavera con un porcentaje de llenado del 23%, acumulando, en total, 51,45 hectómetros cúbicos. Esta cifra duplica la de hace justo un año, cuando los embalses de Beninar y de Cuevas del Almanzora apenas albergaban, entre los dos, 22,35 hectómetros cúbicos, y pone de manifiesto, además, la importancia de las lluvias ocurridas en gran parte del otoño y del invierno. En el caso del embalse de Beninar, éste se encuentra al 31,37% de su capacidad, con 19,35 hectómetros cúbicos de agua almacenada, mientras que el de Cuevas del Almanzora está al 19,90%, con 32,10 hectómetros.

FUNDAMENTAL PARA EL REGADÍO EN LA ZONA

Escolares conocen la función social que realiza el pantano de Cuevas del Almanzora

■ I. F. G.

Alumnos del Colegio Álvarez de Sotomayor, de Cuevas del Almanzora, visitaron recientemente el pantano ubicado en la localidad levantina, donde, gracias a los técnicos de la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, pudieron conocer la función social que este embalse realiza, ya que surte de agua tanto a la población de la

zona como abastece de agua de regadío a los agricultores del Levante. Junto a esto, los técnicos explicaron a los escolares cómo este pantano da seguridad a los núcleos de población que hay aguas abajo de la presa, gracias a su función como laminador de avenidas.

Durante su visita, los alumnos de este colegio de Cuevas del Almanzora tuvieron la oportunidad de ver más de cerca todas las ins-



■ Un momento durante la visita de los escolares. /FHALMERIA

talaciones del pantano; así, visitaron la torre de toma, la coronación, el túnel de desvío y el desagüe. Junto a esto, aprendie-

ron un poco más sobre la historia de este pantano que, hasta septiembre de 2012, prácticamente no tenía agua embalsada.

Agenda

EVENTOS

FERIA. El sector ecológico reúne a sus profesionales en la décima edición de Bioterra, en Irún

■ CIA

Del 7 al 9 de junio se celebra, en Irún, la 10ª edición de Bioterra, la feria sobre productos ecológicos, bioconstrucción, energías renovables, consumo responsable, salud y bienestar. En esta ocasión exponen personas y empresas con propuestas con certificación ecológica de alimentación proveniente de la agricultura ecológica, productos y auxiliares para la agricultura ecológica, cosmética ecológica y textil ecológico.

ENMAYO. Expovicaman, la feria agrícola y ganadera de Castilla la Mancha, abre sus puertas en Albacete

■ CIA

Del 16 al 19 de mayo, Albacete acoge una nueva edición de Expovicaman, la feria agrícola y ganadera de Castilla La Mancha. Este año se va a contar con la presencia de los mejores profesionales del sector, no en vano es quizá la feria más importante de cuantas se celebran en nuestro país, de ahí que año tras año reciba a una gran cantidad de visitantes. Además, se informará sobre las últimas novedades del sector.



FORO. La promoción de los productos, el objetivo principal de este año en FAME 2013 Murcia

■ CIA

Del 10 a 12 de mayo se celebra FAME 2013 Murcia, la Feria Agrícola del Mediterráneo que se erigirá como un gran instrumento de promoción que permite utilizar los cinco sentidos para la difusión de los productos. En ella se podrá mirar, tocar, analizar, oler, saborear, así como probar las reacciones del mercado frente a nuevos productos. FAME 2013 Murcia será el centro de reunión de proveedores, distribuidores, vendedores o inversionistas del sureste español.

EN BURDEOS

Un gran número de empresas españolas asistirá a VINEXPO

■ CIA

ICEX España Exportación e Inversiones organizará la participación española con Pabellón Oficial en la feria VINEXPO Burdeos que tendrá lugar en el Parc des Expositions de Bordeaux Lac, Francia, del 16 al 20 de junio. VINEXPO Burdeos se mantiene como la primera feria mundial de carácter internacional del sector del vino y otras bebidas alcohólicas. Se trata de una feria con un elevado componente de imagen, idónea para las empresas con buena distribución internacional y con productos competitivos por su calidad.

Tradicionalmente, en VINEXPO existen listas de espera debido al espacio limitado con que cuenta. En caso necesario y en función del número de empresas inscritas y de la superficie asignada por la organización, ICEX realizará la selección teniendo en cuenta el orden de inscripción (pago de la cuota incluido) y la representatividad del mayor número de zonas vinícolas.

DEL 8 AL 11 DE MAYO

Jaén acoge una nueva edición de Expoliva, la mayor cita mundial del aceite de oliva e industrias afines

El objetivo de esta edición es mostrar las últimas tendencias, innovaciones tecnológicas y de procesos que engloban a este sector

■ CIA

El próximo mes de mayo, del 8 al 11, Jaén acoge, en el Recinto Provincial de Ferias y Congresos, la decimosexta edición de Expoliva, la mayor cita mundial del aceite de oliva e industrias afines, que cada dos años recala en la provincia de Jaén con el objetivo de mostrar las últimas tendencias, innovaciones tecnológicas y de procesos, así como de la elaboración y extracción de la mayor riqueza de la provincia de Jaén: el aceite de oliva.

Y es que no hay que olvidar que uno de cada cuatro litros de 'oro verde' generados en la Unión Europea se produce en la provincia de Jaén y que la mitad de la producción del aceite de oliva que se obtiene en España proviene de allí. Esta feria, dedicada al sector del oli-



■ Campo de olivos. /FHALMERIA

var y del aceite de oliva, tuvo su primera edición en 1983, y desde entonces, su crecimiento ha sido espectacular tanto en medios, espacio físico, repercusión económica y visitantes profesionales, que la hacen posicionarse como el punto de referencia del sector. Y es que "si tie-

nes algo que decir en el mundo del aceite de oliva, no puedes faltar a Expoliva 2013".

Más de 30 años avalan la organización de un evento que convierte a la capital jienense, durante unos días, en lugar de encuentro y dinamización para todos los profesionales del sector.

FERIA

Tech+Agrifood llega a Marsella para tratar de tecnología e innovación

■ CIA

La feria de maquinaria y tecnología e innovación destinada a frutas y verduras, del vino, de la oliva, de los cereales, Tech+ Agrifood, tendrá lugar los días 3 y 4 de junio, en Marsella. Los objetivos marcados en esta ocasión son hacer negocios y contactar con potenciales clientes y/o socios de la región Mediterránea, llegar a acuerdos de colaboración, de know how y/o transferencia tecnológica, y analizar las oportunidades y futuras tendencias del mercado. Se prevé una participación de más de 150 empresas provenientes de los países del arco mediterráneo y durante los dos días se realizarán conferencias sobre las nuevas e innovadoras técnicas de agricultura, procesos alimenticios, residuos orgánicos etc. Entre los beneficios de participar en este evento destacan una agenda personalizada de reuniones, de acuerdo con el perfil de la empresa, y dos días de talleres con expertos del sector nacional e internacional que discutirán sobre el futuro y tendencias del mercado.

Descubre las variedades que harán que te olvides
de la **SILVERELINA** y ...

Saldrás ganando



Souleria RZ

Cuaje temprano

Acorde RZ

Producción de largo recorrido

Malambo RZ ^{new}

Aguante y resistencias para tardío

