



ACTUALIDAD

Más concentración

CASI compra Agrupalmería. Camposol cierra un acuerdo comercial con Anecoop. Página 6

ESPECIAL PEPINO

Rijk Zwaan pone en el mercado la gama de pepinos 'Feel Blue' con resistencia a oídio y virus del 'amarilleo'



La multinacional de semillas Rijk Zwaan ha puesto en el mercado una gama de pepinos

con resistencias al virus del 'amarilleo' y oídio para la próxima campaña agrícola. Las variedades son Manglar RZ, Pradera RZ y Litoral RZ. Estas variedades parten de la anterior gama 'Blueleaf' y ahora completan sus cualidades más importantes con una alta resistencia a este hongo. Páginas 27 a 30

AVANCE DE LOS RESULTADOS DE LA CAMPAÑA 2012/2013



■ Luis Planas, consejero de Agricultura, y José Manuel Ortiz, Delegado de Agricultura, presentando los resultados de la campaña.

Los agricultores cobraron un 14% más por sus hortalizas esta campaña

P. 4 y 5

PEPINO	BERENJENA	CALABACÍN
+28,5%	+16,7%	+22,8%

ESPECIAL Financiación del campo
Páginas 11 a 18

ESP. Pepino, calabacín, berenjena y pimiento
Páginas 19 a 38

ESPECIAL Estructuras de invernadero y plástico
Páginas 39 a 48

ENTREVISTA
Ricardo García
Responsable de Negocio Agroalimentario y Cooperativo de Cajamar
"El agrícola es un sector dinámico, anticíclico y que está respondiendo de manera positiva" P. 54

NOTICIAS
El Gobierno da luz verde a una Ley de Mejora de la Cadena 'descafeinada' P. 49

NOTICIAS
Los agricultores demandan soluciones para deshacerse de sus restos vegetales P. 3

Opinión

Los datos de Luis Planas anunciando que los agricultores almerienses han recibido un 14 por ciento más, de media, respecto a la campaña anterior han provocado un murmullo de satisfacción en el sector. La fuerte crisis económica parece que no afectó a las cuentas del campo en la pasada campaña y eso ha dado pie a que muchas miradas se centren en este sector. Caída la construcción en toda España, la agricultura de Almería vuelve a centrar la mirada de inversores, analistas, empresarios y otros profesionales que buscan incesantemente dónde depositar su dinero para obtener más. Esto ha hecho que la banca, por un lado, la industria auxiliar, por otro, y la propia comercialización conviertan al agricultor en un objeto de deseo para todos ellos, por el que pugnan incesantemente con novedosas ofertas.

La agricultura ha mostrado una fortaleza económica muy insinuante y, por ello, vuelven a aparecer nuevas empresas, se ha advertido la llegada de otras firmas ofreciendo de todo para el

■ José Antonio Gutiérrez.
Periodista



La agricultura ha mostrado una fortaleza económica muy insinuante y, por ello, vuelven a aparecer nuevas empresas, se ha advertido la llegada de otras firmas ofreciendo de todo para el campo y parece como si la competencia se hubiera disparado.

Objetivo: el agricultor



campo y parece como si la competencia se hubiera disparado.

Que la agricultura es un buen negocio, no hacía falta que viniera el consejero de Agricultura a decirlo. Los precios de toda la campaña en casi la totalidad de los productos hortícolas ya auguraban buenos resultados. No obstante, el dato que confirma el buen momento de la horticultura es el del aumento de la superficie cultivada: 4.300 hectáreas más que en la campaña anterior y con cotizaciones a una gran altura.

Se mueven grandes cantidades de dinero en el sector y es fácil

comprobar cómo entidades bancarias que lo tenían olvidado corren ahora con 'interesantes' propuestas de financiación con la intención de captar al agricultor como cliente preferencial en un maremágnum de despropósitos financieros. Otras empresas surgen como setas en otoño ofreciendo todo tipo de servicios a los horticultores.

Con todo esto, el agricultor debe ser ahora más empresario que nunca y basarse en su experiencia con estas empresas para tomar decisiones. Se juega mucho y no es conveniente poner los huevos en un cesto que no

sabe de qué está hecho y si los soportará bien. Es por ello que el productor no se ha de dejar llevar por cantos de sirena y aplicar el sentido común a sus decisiones porque se juega mucho.

Es cierto que el 'boom' de la construcción oscureció ligeramente la pujanza económica de la agricultura almeriense. Muchos 'expertos' de la banca centraron su mirada en el ladrillo, pero el sector almeriense se ha ganado con trabajo y sudor el puesto que le corresponde y ahora toca de nuevo gozar de las primeras posiciones en el ranking económico de las actividades productivas.

Se esperan muy buenos años para la agricultura. Parece que los agricultores están dejando de ser el patito feo y están viendo cómo su negocio no es tan arriesgado como en décadas pasadas. La concentración de la oferta agraria es una realidad que está dando sus resultados y en un corto espacio de tiempo todo el sector estará más ordenado y en continua modernización. Eso sí, ¡cuidado con los oportunistas!

Insuperables en su campo

Rayosol RZ[®]

new

Calidad extrema en ramo

Ramyle RZ[®]

Rusticidad y
calidad de piel



Sharing a healthy future

Rijk Zwaan Ibérica | Paraje El Mamí Ctra. Viator s/n | 04120 La Cañada (Almería) | T 950 62 61 90 | F 950 62 60 25 | www.rijkszwaan.es

Actualidad

LAS PLANTAS ESTÁN SATURADAS

Los agricultores demandan soluciones para deshacerse de sus restos vegetales

Las organizaciones agrarias piden mayor implicación de la Administración que, tal y como afirman, está siendo una "irresponsable"

■ Isabel Fernández

Los agricultores del Poniente Almeriense no saben qué hacer con los residuos de sus cosechas. Las plantas de Ejido Medio Ambiente, en El Ejido, y de Albaida, en La Mojonera, están saturadas y, de hecho, la primera "abre esporádicamente" y la segunda "no acepta plantas con rafia", según explicó Andrés Góngora, secretario provincial de COAG, que calificó la situación de "grave". De momento, los productores no pueden más que "acumular los desechos en las anchuras de sus invernaderos" o, en algunos casos, "entregárselos a pastores que, ante la abundancia de restos, escogen lo más atractivo para su ganado".

Junto a esto, el secretario provincial de COAG comentó que hay



■ La planta de Ejido Medio Ambiente está al límite y, según COAG y ASAJA, no admite más residuos. /FHALMERIA

quien está poniendo en marcha "medidas culturales propias", como pueden ser triturar los restos vegetales en su propia finca y enterrarlos o fabricar su propio compost; en cualquier caso, afirmó que "esto no se puede generalizar", ya que ni una ni otra solución son legales. Precisamente sobre este asunto se

pronunció Francisco Vargas, presidente de ASAJA-Almería, quien apuntó al Reglamento de Residuos de Andalucía de mayo de 2012 como el origen del problema. Según explicó, "según este reglamento, el agricultor es el responsable de eliminar los residuos y todos los demás se desentienden",

con lo cual, "las plantas, pese a haber contado con financiación pública, no recogen los residuos".

Teniendo esto en cuenta, Vargas urgió a la Administración andaluza para que, por un lado, "permita poner en marcha las iniciativas que ya están pensadas" para la creación de nuevas plantas y, por otro, "para que desarrolle la orden pertinente que permita al agricultor deshacerse de sus propios residuos, bien fabricando su propio compost o mediante alguna otra alternativa". "Los agricultores estamos desencantados, hemos pagado mucho dinero en los últimos años y, al final, no ha servido para nada, tenemos los mismos problemas que hace 20 años", concluyó.

Ante esta situación, desde COAG-Almería, su secretario provincial no dudó en calificar de "irresponsable" al actual delegado territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, José Manuel Ortiz, quien cuando accedió al cargo "dijo que abordaría el tema" y, de momento, "no se ha hecho nada". En cualquier caso, desde la organización agraria valoraron que, tras

una reunión mantenida el pasado 24 de julio, Ortiz, finalmente, se comprometiera a convocar la comisión provincial de restos vegetales, un foro de interlocución demandado por todas las organizaciones agrarias de la provincia cuando éste accedió al cargo.

LA ADMINISTRACIÓN

Este malestar expresado por los agricultores fue recogido, posteriormente, por el Ayuntamiento de El Ejido, que, a través de su concejal de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente, Manuel Gómez Galera, instó a la Administración andaluza a promover la puesta en marcha de, al menos, una planta más en el Poniente almeriense, que sumada a las dos que ya existen y a la de Soluciones Ambientales Las Chozas, que aún no está a pleno rendimiento, vendría a paliar el problema.

Por su parte, desde la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, el delegado, José Manuel Ortiz, instó a todo el sector, incluidos los ayuntamientos, a encontrar, juntos, "una solución al problema del tratamiento de los restos de las cosechas". En cualquier caso, recordó que son los ayuntamientos los que "siguen teniendo la competencia en todo lo relativo a la higiene rural y, por tanto, tienen la obligación de aplicar su plan integral de higiene rural".

fhalmería

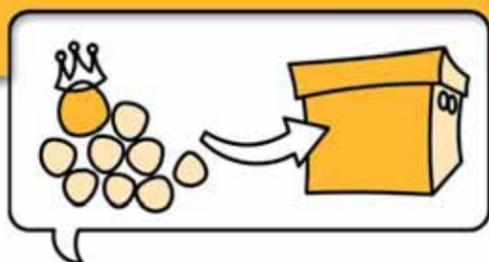
EDITA: Comunicación e Información Agraria, S.L.
Paseo de Santa María del Águila, 58 - 2º E.
04710 SANTA MARIA DEL ÁGUILA - EL EJIDO (Almería).
EMAIL: info@fhalmeria.com

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:
Caterina Pak
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

agrobío vuela ...



las mejores
condiciones



express
24 en menos de
horas



bio polinización
y control
biológico



+ producción
+ calidad

AVANCE DEL BALANCE DE LA JUNTA

El valor de la producción hortícola aumenta un 14% en la última campaña en la provincia

Los datos apuntan a un nuevo récord, con más de 2.380 millones de euros, en valor comercializado en el ejercicio 2012-2013

■ Rafa Villegas

Los buenos datos del avance del balance de la campaña hortícola 2012-2013 en la provincia de Almería han animado a la Junta de Andalucía a presentarlos antes de lo que venía siendo habitual. Concretamente, según las cifras que ha presentado el consejero de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, Luis Planas, se ha producido, a la espera de los resultados definitivos, un nuevo récord en valor comercializado, con más de 2.380 millones de euros, un 13,6 por ciento más que en el ejercicio agrícola anterior. Además, el valor de la producción hortícola provincial se ha incrementado en un 14 por ciento, hasta los 1.765 millones.

Lo que también ha aumentado, según los datos de la Junta de Andalucía, es el precio medio que ha recibido el agricultor por cada kilo de producto, que ha sido de 0,562 euros, el segundo mejor registro de las últimas seis campañas. Por productos, los mayores incrementos de precio los han registrado el pepino, con un 28 por ciento; el calabacín, con un 23; la berenjena, con un 17 por ciento; y el pimiento, con un 15.

Otra variable que ha aumentado sus cifras es la superficie total dedicada al cultivo de hortalizas en la provincia, que entre invernaderos y terrenos al aire libre ha aumentado entre los ejercicios agrícolas 2011-2012 y 2012-2013 un 9 por ciento, hasta las 53.075 hectáreas. El cultivo bajo plástico sigue a la cabeza, con 41.482 hectáreas, mientras que las 11.593 restantes corresponden a cultivos al aire libre. El tomate ha sido, de entre todos los productos hortofrutícolas, el que más ha aumentado su superficie, concretamente en 1.234 hectáreas. 1.073 más ha registrado el pimiento, 735 la sandía y 659 hectáreas el calabacín.

Planas ha valorado muy positivamente el avance del balance



■ El consejero de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, Luis Planas, junto al delegado del ramo, José Manuel Ortiz, en la presentación del balance provisional. /FHALMERIA



■ La berenjena ha sido el producto que ha registrado un precio medio más elevado en el último ejercicio agrícola. /FHALMERIA

ya que, a su juicio, se demuestra, una vez más, que “la agricultura intensiva es un sector refugio de la economía almeriense”. No obstante, el consejero ha señalado que este balance global “no puede ocultar realidades individuales de muchos agricultores que lo están pasando mal en la actual coyuntura de crisis económica”.

No obstante, estos datos no dejan de ser parciales y están incompletos, ya que no hay en ellos

Pepino, calabacín y berenjena lideran la lista de productos con mayor precio

Según el ‘Informe final de campaña. Sector hortícola protegido’, balance provisional de la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, el pepino, con un incremento del valor de la producción del 28,5 por ciento, el calabacín, con una su-

bida del 22,8; y la berenjena, con un aumento del 16,7 por ciento, han sido los tres productos hortícolas que más han destacado en este sentido durante la campaña hortofrutícola 2012-2013 en el conjunto de la provincia almeriense.

ni rastro de los costes de producción, que no dejan de aumentar año a año y que asfixian a los agricultores almerienses, así como del nivel de endeudamiento que tienen muchos productores, arrastrado por una serie encadenada de malas campañas.

El consejero de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía considera necesario “seguir avanzando en algunas cuestiones primordiales para garantizar la rentabilidad de los productores”. Al respecto, ha asegurado que “desde el Gobierno andaluz se seguirá trabajando para buscar alternativas y mecanismos que contribuyan a paliar la situación generada por la volatilidad de los precios y el desequilibrio entre los actores de la cadena agroalimentaria, aspectos que deberían haber sido objeto de un mayor desarrollo en la propuesta acordada el pasado 26 de junio sobre la reforma de la Política Agraria Común (PAC)”.

Luis Planas no se ha olvidado de los problemas que se registraron en varias explotaciones hortofrutícolas durante los meses de noviembre y diciembre, debidos a la climatología y que, como ha recordado, propiciaron

AVANCE DEL BALANCE DE LA JUNTA

“menores rendimientos”. Algo que, según ha explicado, “se ha compensado con el aumento de superficie y los buenos precios que se han registrado durante el conjunto de la campaña”.

El aumento de superficie registrado según el avance del balance de la campaña hortícola almeriense 2012-2013 ha conllevado, como viene siendo habitual, un aumento de la producción. En esta ocasión, el incremento ha sido escaso, concretamente de un 1,6 por ciento, lo que ha significado 48.400 toneladas más, hasta los 3.139.863 toneladas. Todas las hortalizas han aumentado sus producciones en ese período a excepción de una, la berenjena.

AUMENTO POR PRODUCTOS

De todos los productos, una vez más han sido el tomate y el pimiento los que han registrado un mayor volumen de producción.

En concreto, la producción de tomate ha ascendido a 962.663 toneladas, un 3,5 por ciento más que la campaña anterior. El pimiento, por su parte, ha experimentado un aumento del 5,6 por ciento de su producción, hasta las 541.870, ayudado por el incremento de más de mil hectáreas que ha registrado.

Lo más destacable del pepino ha sido el aumento del 28,5 por ciento que ha experimentado su valor de producción. Y es que, según el balance provisional de la Junta, ha registrado el segundo mejor precio de las últimas seis campañas. Todo ello con apenas un 0,9 por ciento más de producción.

El calabacín, por su parte, ha incrementado en un 22,8 por ciento el valor al agricultor, lle-



■ El pimiento sigue siendo el cultivo más representativo del Poniente almeriense, segundo provincial tras el tomate. /FHALMERIA

gando a alcanzar los 206 millones de euros. Del mismo modo, ha aumentado su producción en un 5,8 por ciento, llegando a las 374.674 toneladas.

En cuanto a la berenjena, su buen precio ha propiciado una subida del 16,7 por ciento del valor de producción (91 millones de euros) y compensa, según Planas, la reducción de superficie, de un 8 por ciento, así como el menor rendimiento por las condiciones climáticas, que han provocado un descenso del 22,2 por ciento de su producción.

La judía, ya cultivo minoritario en la provincia, sigue aumentando su superficie (un 12 por ciento) y su producción, un 14 por ciento más, hasta las

24.469 toneladas, por lo que empieza a recuperar terreno perdido.

También han aumentado las superficies de melón y sandía. El primero ha aumentado un 12 por ciento las hectáreas, aunque con un 0,3 por ciento menos de producción y un descenso del 6,5 por ciento de valor. Mientras que la sandía ha registrado un 13 por ciento más de superficie; un 2,6 por ciento más de producción y un 23,3 por ciento más de valor.

MENOS EXPORTACIONES

La nota negativa del balance provisional de la campaña hortícola de la provincia la ponen las exportaciones. Así, Luis Planas ha informado de que, en los ocho

primeros meses de la campaña, de septiembre a abril, el volumen de frutas y hortalizas que se vendió a países terceros fue de 1.586.000 toneladas, un 3,1 por ciento menos que en el ejercicio agrícola anterior.

No obstante, pese a la reducción del volumen de hortalizas exportado en ese período, lo cierto es que, por el contrario, entre los meses de septiembre y abril, según los datos del ICEX, el valor de las exportaciones almerienses ha ascendido hasta los 1.618 millones de euros, lo que representa un 6,1 por ciento más.

Ya en los últimos coletazos de la campaña de primavera, lo que necesitan los agricultores son buenos precios en otoño.

COAG y ASAJA muestran dudas sobre la validez de los datos

La campaña 2012-2013 ha sido, sin duda, una de las mejores de los últimos años. Ello no quita que haya agricultores que sigan teniendo problemas económicos derivados, sobre todo, del incremento continuado de los costes de producción y el endeudamiento que arrastran con las entidades financieras.

Para Andrés Góngora, secretario provincial de COAG-Almería, “otra vez hemos asistido a la presentación de cifras de un balance del que no explican su metodología y que solo tiene en cuenta baremos de producción y comercialización”. Duda, además, que la Junta pueda tener datos exactos, máxime cuando “existen muchos tipos de comercialización, como la directa al agricultor”, ha explicado. Además, pese a reconocer que “ha sido mejor la campaña que la anterior, el balance no refleja la situación de los agricultores. Da una información sesgada. Para ver si el sector va bien hay que añadirle los gastos”.

El presidente de ASAJA-Almería, Francisco Vargas, lamenta que el balance no deje claros datos como la superficie invernada.

• Líderes peninsulares en fabricación de semilleros.

• Más de 140 modelos diferentes para todos los cultivos.

30 AÑOS A SU SERVICIO

www.polisur.es

Finca las Majadillas. Ctra. N-444, Km. 2,95. 21440 LEPE (Huelva).
Tlf. +34 959 380224 - Móv. +34 636037723

NUEVOS ACUERDOS

CASI y Anecoop le dan un nuevo impulso a la concentración de la oferta en la provincia

Este verano está siendo productivo. Camposol se va a integrar en Anecoop y CASI ha comprado, por 14,5 millones, Agrupalmería

■ Rafa Villegas

El mes de julio pasará a la historia de la comercialización almeriense por el crecimiento del gigante CASI, gracias a la compra de las instalaciones de Agrupalmería, así como por el anuncio de Anecoop y Camposol de que ésta última va a integrar progresivamente el cien por cien de su gestión empresarial en el seno de la cooperativa de segundo grado.

El presidente de CASI, José María Andújar, ha calificado de "histórica" la operación de compra de las instalaciones, que no de la marca, de Agrupalmería. No es para menos, desde la mayor comercializadora de tomate de Europa prevén incrementar, gracias a la adquisición, en más de un 15 por ciento el tomate comercializado.

El mayor peso que ha adquirido CASI va a serle útil en la comercialización, a la hora de negociar el precio con las distribuidoras. También tendrá más peso en Bruselas, a la hora de defender los intereses de los agricultores, además de suponer un impulso para entrar en nuevos mercados y, además, van a poder darle una mejor atención a las nuevas necesidades del consumidor, que busca envases más pequeños. En las instalaciones compradas a Agrupalmería van a tener espacio para realizar el nuevo manipulado.

El 1 de septiembre es la fecha elegida para la toma de posesión de las instalaciones de Agrupalmería frente al aeropuerto. Lo cierto es que Andújar ya prevé intentar incrementar los mercados de destino del tomate de CASI a países asiáticos y Brasil.

Con la compra de las instalaciones de Agrupalmería, CASI va a disponer de 16.945 metros cuadrados de planta baja, 18.654 metros cuadrados de semisótano, 1.600 metros cuadrados de oficinas, 267 dedicados a la sala de ventas y 566 metros cuadra-



■ El presidente de CASI, José María Andújar, rodeado de socios de CASI durante la rueda de prensa de explicación de la compra de las instalaciones de Agrupalmería.



■ El presidente de Anecoop, Juan Safont, y el de Camposol, Francisco Giménez, tras la firma del acuerdo. /FHALMERIA

dos del altillo, además de unos terrenos anexos de 7.000 metros cuadrados.

Andújar ha confirmado que van a incorporar nueva maquinaria en las instalaciones del aeropuerto para facilitar la confección del género. Concretamente, el presidente de CASI ha cifrado en unos 750.000 euros la cantidad necesaria.

En cuanto a los agricultores que pertenecían a Agrupalmería, así como para todos los del Levan-

te, Andújar ha asegurado que "se abre una nueva etapa en la que van a mejorar sus producciones porque somos la cooperativa más grande y que mejores resultados le estamos dando a los agricultores de la provincia". Concretamente, el presidente de CASI ha estimado que serán unos 300 los nuevos productores que se incorporen a la cooperativa.

Lo que también va a suponer la compra de las instalaciones de Agrupalmería al grupo Femago

es una concentración importante de tomate verde.

ANECOOP Y CAMPOSOL

Por otra parte, el presidente de Camposol, Francisco Giménez Giménez, y el presidente de Anecoop, Juan Safont, han suscrito un acuerdo mediante el cual la cooperativa ejidense integrará de forma progresiva sus distintas áreas de gestión dentro de la entidad de segundo grado en un proceso que culminará en el año

2016, fecha en la que Camposol deberá estar integrada en un cien por cien en Anecoop.

Para el presidente de Anecoop, Juan Safont, "se trata de una medida que, sin duda, beneficiará a ambas partes, ya que nos permitirá ser más competitivos tanto a nivel de gestión empresarial como de mercado, al ampliar nuestra oferta hortícola de origen Almería, reconocida de sobra en Europa por su excelente calidad".

El presidente de Camposol, Francisco Giménez Giménez, por su parte, ha declarado que "la firma de este acuerdo evidencia el grado de compromiso de Camposol con Anecoop, cumpliéndose así nuestro deseo de avanzar a mayor velocidad hasta llegar a la integración total".

Para lograr el objetivo en el plazo fijado, hasta el año 2016, Anecoop trasladará a uno de sus técnicos de calidad de manera permanente a Camposol, así como a un técnico de producción, que asesorará a la cooperativa a cerca de las variedades más idóneas y eficientes para el cultivo. Además, un responsable comercial de Camposol se unirá al equipo comercial de Anecoop, también con carácter de permanencia.

SUMA Y SIGUE

Almería exportó hortalizas valoradas en 1.000 millones de euros hasta mayo

En total, las ventas al exterior de la provincia ascendieron a más de 1.000 millones de kilos de género, un 6% más que en 2012

■ Isabel Fernández

Almería exportó entre enero y mayo pasados algo más de 1.000 millones de kilos de hortalizas frescas, un 6% más que un año antes, cuya facturación ascendió a 1.068 millones de euros, un 10% más, según los datos hechos públicos por la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía. Este incremento de la facturación se debió, según el delegado territorial del ramo, José Manuel Ortiz, a que “los precios en mayo tuvieron un comportamiento incluso mejor que en los meses anteriores”. Con estos números, Al-



■ El delegado José Manuel Ortiz, junto al producto más exportado. /FHALMERIA

mería concentró en el período citado el 42,4% del total de las exportaciones españolas de hortalizas, seguida, a gran distancia,

por Murcia (24,4%) y Valencia (7,6%).

Por productos, el tomate logró reforzar su liderazgo como hor-

taliza almeriense con mayor presencia en los mercados foráneos, con unas ventas valoradas en casi 333 millones de euros, el 23% del total. Tras él se situaron, por este orden, el pimiento (20,2%), el pepino (10,6%) y el calabacín (8,1%).

En lo que respecta a los mercados de destino, Alemania volvió a hacerse con la mayor parte de las hortalizas de Almería, con compras valoradas en casi 320 millones de euros, el 29,8% del total. Tras el país germano se situaron Francia (14,9%) y Holanda (12,4%). Entre los destinos extracomunitarios destacaron Suiza, que se hizo con el 1,7% de las hortalizas de Almería, seguida de Rusia, con el 0,6%. A Estados Unidos y Canadá se enviaron apenas un 0,2% del total de las hortalizas exportadas por la provincia.

Así las cosas, el europeo sigue siendo el principal mercado de

Las exportaciones de melón y sandía crecen un 9%, hasta 72 millones

Pese a la reducción del volumen exportado, lo cierto es que melón y sandía lograron incrementar su facturación en los mercados exteriores entre enero y mayo pasados. De este modo, sus exportaciones sumaron 97,4 millones de kilos, un 20% menos que en los mismos meses de 2012, sin embargo, su facturación creció un 9%, hasta los 72 millones de euros. Entre los mercados de destino de melón y sandía destacan Alemania, que se hizo con el 32,5% del género, seguida de Holanda, con el 14,6% y Francia, con el 12,2%.

las empresas almerienses y, de hecho, ahí se quedaron el 99,8% de las hortalizas exportadas en 21.400 operaciones comerciales.

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



ENTREVISTA

LUIS PLANAS ■ ■ ■ CONSEJERO DE AGRICULTURA, PESCA Y MEDIO AMBIENTE DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

“Hay que unirse para crecer no sólo en tamaño, sino en profesionalidad”

El consejero destaca que, ya en 2012, las diez mayores comercializadoras de la provincia concentraban el 75% de la facturación

■ Isabel Fernández

Pregunta.- La campaña agrícola en Almería está a punto de terminar. ¿Qué valoración puede hacer de este ejercicio?

Respuesta.- En líneas generales, la superficie de esta campaña ha superado las 53.000 hectáreas, un 9% más que la pasada, debido, fundamentalmente, a que más invernaderos han realizado doble cultivo y a la incorporación de nuevas superficies. Es cierto que se ha registrado un menor rendimiento, debido a las lluvias de noviembre y diciembre; sin embargo, la producción total ha sido mayor, con más de 3,1 millones de toneladas, casi un 8% más que la media de las tres últimas campañas. Es decir, la campaña almeriense 2012/2013 se ha caracterizado por un menor rendimiento por superficie en la mayoría de los cultivos, que se ha visto compensado con creces con el aumento de superficie y los buenos precios medios, con un 7,6% más que la media de las tres últimas campañas.

P.- ¿Qué factores cree que han propiciado estos precios?

R.- Aparte de las cuestiones propias de la oferta y la demanda, que condicionan la mayor parte de las cotizaciones, en los últimos años se han producido grandes avances en la comercialización y distribución de los productos hortofrutícolas, asumiendo los productores y las cooperativas las tareas de transporte, manipulado y distribución de destino. De esta forma, se ha ido generando un mayor valor añadido que se ha quedado en nuestra tierra y que ha permitido unos precios acordes con la calidad de los productos. A ello se suma el esfuerzo realizado por el sector para mejorar su internacionalización. Prueba de ello es que, mientras que en la década de los '80 la provincia de Almería exportaba apenas 88.000 toneladas, en la actualidad se exportan más de dos millones de toneladas. Además, el sector está



■ Luis Planas, consejero de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía. /FHALMERIA

mejorando claramente la profesionalización y la calidad, utilizando para ello las técnicas más avanzadas.

P.- Pese a los buenos datos que arroja el invierno, lo cierto es que la primavera no termina de ser una buena época para los productores; tanto es así que melón y sandía, campaña tras campaña, se posicionan como los frutos que peor rentabilidad aportan al agricultor. ¿Qué se puede hacer para poner en valor ambos productos?

R.- Ir hacia productos con sabor y calidad, que no den lugar a dudas. Ya se está haciendo en el caso de la sandía y el melón, con una campaña promovida por HORTYFRUTA y apoyada por esta Consejería, para convencer a los agricultores de que no merece la pena cortar las sandías cuando aún no están verdes por intentar venderlas a un mayor precio, que suelen tener las primeras sandías. Con esta práctica, lo único que se consigue es poner en el mercado sandías sin apenas sabor, que dañan la imagen general del producto ante los con-

sumidores. España es el principal proveedor de sandías de la Unión Europea, con una cuota de mercado del 48%, y, en este sentido, nuestros productos deben marcar el camino de la excelencia. Por ello, debemos trabajar para que Almería sea sinónimo de sandías y melones, no sólo tempranos, sino también de gran calidad y sabor. Por otro lado, también se está avanzando mucho en las nuevas variedades de sandía sin pepitas, como por ejemplo fashion, que aúnan innovación y calidad, ofreciendo la fiabilidad que necesita el consumidor a la hora de decantarse por un producto de considerable volumen. Por último, el importante esfuerzo realizado por el sector para implantar las técnicas de control biológico de plagas, que en la sandía alcanza el 50%, supone una calidad diferencial para nuestras producciones ante unos consumidores preocupados por la sostenibilidad.

P.- La agricultura almeriense está muy volcada con la exportación. Tanto es así que, según las últimas estimaciones de Cajamar, en

esta campaña, las exportaciones podrían llegar a suponer el 72% de la facturación total de la provincia. ¿Cómo valora este dato?

R.- Tal y como he comentado anteriormente, la provincia destaca por su gran vocación exportadora en frutas y hortalizas, con 1.900 millones de euros de valor exportado, lo que supone casi un 27% de todas las exportaciones agroalimentarias andaluzas. Con poco más de 53.000 hectáreas de cultivo, Almería aporta casi el 39% de las exportaciones de hortalizas frescas españolas, un factor muy positivo que el sector está sabiendo aprovechar bien y por el que está apostando de manera decidida. Sin duda, este incremento del volumen de productos exportados es el resultado del buen trabajo que el sector hortofrutícola está desempeñando. Las ventas al exterior son uno de los principales motores que mueven una economía, más aún en la situación actual, cuando el consumo interno muestra atonía. El elevado porcentaje no quiere decir que estemos alcanzando un techo de exportaciones, ya que el sector tiene

capacidad de atender una demanda creciente si se plantea la necesidad.

P.- Quizás sea por los buenos datos del ejercicio, pero lo cierto es que, en esta campaña, la concentración de la oferta ha pasado a un segundo plano. ¿Cree que el sector puede permitirse una cierta ‘relajación’ en este sentido?

R.- Es cierto que, en los últimos años, las grandes cooperativas y comercializadoras de frutas y hortalizas han ido ganando en dimensión y prueba de ello es que, en 2006, las diez primeras comercializadoras de Almería sumaban el 64% de la facturación total, mientras que en 2012 ya concentraban el 75%. Sin embargo, la dimensión de nuestras cooperativas se encuentra todavía lejos de la que tienen otras entidades europeas y, por supuesto, más pequeñas que las distribuidoras europeas, a las que tienen que hacer frente a la hora de negociar. Lamentablemente, aún no podemos decir que haya alguna cooperativa española entre las 25 mayores de Europa en el sector agrario, donde los grandes grupos facturan miles de millones de euros. Por todo ello, es necesario seguir fomentando la colaboración y la unión, con un claro enfoque internacional, pero sobre todo seguir mejorando la fortaleza y profesionalidad de las entidades aglutinadas. Es decir, se trata de unirse no sólo por crecer en tamaño, sino en profesionalización. Hay que saber crecer en la capacidad de organizarse, de negociar tanto en los mercados actuales como en los nuevos que existen y hay que explorar. De esta forma, seremos capaces de generar mayor valor para nuestros productores andaluces.

P.- ¿Podrá el sector seguir contando con el apoyo de la Junta de Andalucía para acabar con su atomización?

R.- Por supuesto. Reducir la atomización y mejorar las estructuras de transformación y comercialización seguirá siendo una de nuestras prioridades. Este apoyo no se da sólo a través de las ayudas para la concentración de la oferta, sino que también se ofrece a través de las ayudas a los programas operativos de las Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas

ENTREVISTA

(OPFH). Estas organizaciones, además de concentrar la comercialización de los productos, invirtieron, sólo el pasado año, más de 139 millones principalmente para organizar las producciones y mejorar su competitividad y sostenibilidad. Esta importante inversión ha contado con una ayuda de 69 millones de euros procedentes del Fondo Europeo Agrícola de Garantía (FEAGA). Actualmente, en Andalucía, alrededor del 40% de la producción se comercializa a través de OPFH. Si consiguiéramos canalizar toda la producción a través de estas entidades, nuestra comunidad se podría beneficiar de una ayuda adicional de otros 100 millones de euros más del FEAGA para apoyar los programas operativos de las OPFH.

P.- Y hablando de apoyo al sector. Recientemente, el presidente de FAECA en Almería, Manuel Galdeano, apeló a la ayuda de la Administración para conseguir que las andaluzas sean cooperativas más fuertes, al nivel de las grandes cooperativas europeas. ¿En qué aspectos cree que se puede trabajar para que las cooperativas adquieran un mayor peso específico?

R.- Precisamente, el Ministerio de

Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente ha presentado una ley específica sobre este asunto, cuya tramitación parlamentaria está finalizando tras su reciente aprobación por el pleno del Senado. Dicha Ley contempla la elaboración de un Plan Estatal de Integración Cooperativa que coordinará las políticas de la Administración central y las comunidades autónomas, en colaboración con el sector. En el ámbito de la creación de entidades cooperativas con una integración entre empresas de diferentes comunidades autónomas y con vocación exportadora, creemos que se podría abordar de forma óptima desde un programa nacional. Sin embargo, de forma complementaria, es necesario seguir trabajando desde el ámbito autonómico para apoyar la integración cooperativa. De esta forma conseguiremos no sólo cooperativas más fuertes, sino también dar a Andalucía el peso que se merece en el mapa cooperativo europeo.

P.- Por otro lado, gran parte de los agricultores de Almería se han quedado sin rebaja fiscal para el ejercicio 2012, según el Gobierno, porque los datos de la pasada campaña no dicen que Almería necesite tal rebaja. Y eso a pe-

sar de los datos aportados por su Consejería. ¿Cree que se ha tratado justamente a los productores de la provincia?

R.- En febrero enviamos un escrito al Ministerio solicitando la rebaja fiscal para las actividades agrarias que, en 2012, sufrieron fuertes descensos en los rendimientos y, entre ellas, se encuentran las frutas y hortalizas. Aunque los rendimientos han sido bajos, en general, se han visto compensados con un mejor precio, lo que puede haber influido en la decisión de no incluir de forma generalizada este sector en la rebaja fiscal, aunque sí se ha reducido el tipo impositivo en algunos de los municipios más afectados por las adversidades climáticas de Almería, Granada y Málaga. No obstante, desde Andalucía consideramos que el Ministerio podría haber hecho algo más por este sector.

P.- El sector, en su conjunto, acaba de firmar un manifiesto por una fiscalidad justa. ¿Cuál sería, para usted, esa fiscalidad justa?

R.- Aquella que sea progresiva y equitativa, de forma que paguen más los que mayor beneficio neto consiguen, una vez descontada la mano de obra y los insumos, pero sin que suponga una pesada carga

que frene la actividad económica.

P.- Una de las grandes preocupaciones del sector ha sido, y sigue siendo, la existencia de grandes márgenes comerciales entre lo que recibe un agricultor por su producto y lo que paga el consumidor. Para poner coto a esta situación, el Gobierno ha elaborado la Ley de Mejora de la Cadena Alimentaria. ¿Cree que puede llegar a ser una buena herramienta?

R.- En el trámite parlamentario se está descafeinando una Ley que, ya de por sí, podría haber dado herramientas más eficaces para reequilibrar la cadena alimentaria. No obstante, desde Andalucía estamos estudiando la posibilidad de complementar esta ley con normativa autonómica propia. De hecho, estamos analizando el caso de algunos países europeos, como por ejemplo Francia, donde se regula de manera más eficaz para evitar prácticas abusivas de la gran distribución, sobre todo en el caso de productos tan delicados y perecederos como las frutas y hortalizas. Es necesario desterrar del ámbito comercial prácticas tan lesivas como la venta a pérdidas o la venta a resultas, sólo contribuyen a destruir valor para toda la sociedad.

P.- ¿Cómo cree que podría beneficiar el acuerdo alcanzado recientemente sobre la reforma de la PAC a los productores de Almería, independientemente de su sector?

R.- Fundamentalmente, este acuerdo podría ser bueno para los productores de Almería por varios factores. Por permitir una mayor flexibilidad para el reparto de los pagos directos, que beneficia a los productores que ya recibían estos pagos, así como la posibilidad de dar un pago adicional durante 5 años a los jóvenes agricultores que se instalen. Destacan, igualmente, algunas mejoras en los mecanismos de gestión de mercado que dan mayor poder de negociación para las organizaciones de productores, aunque creemos que este aspecto se podría haber avanzado mucho más a nivel europeo. En el ámbito del desarrollo rural, se incluyen facilidades para poder seguir incentivando la mejora de regadíos y ayudas a la promoción. Además, en este nuevo acuerdo, el programa de Frutas y Hortalizas en las Escuelas cuenta con un aumento del presupuesto de 90 a 150 millones de euros al año para toda la Unión Europea.

AGROIRIS

Desde 1994

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

AENOR
Productos Certificados
Hortícolas

International food standards
IFS

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

HECHOS EN DICIEMBRE DE 2009

El Tribunal Supremo anula la sanción de la CNC a ASAJA-Almería por fijar precios

Esta decisión, hecha pública a mediados de julio, abre la puerta para que también sean anuladas las sanciones a COAG y las alhóndigas

■ CIA

El Tribunal Supremo ha anulado la sanción impuesta por la Comisión Nacional de la Competencia (CNC) a ASAJA-Almería al entender que la resolución por la que se le imponía una multa de 25.570 euros por el acuerdo alcanzado en diciembre de 2009, junto con COAG-Almería y la Asociación de Alhóndigas de COEXPHAL para la fijación de precios mínimos en pimientos, calabacín, pepino, berenjena y tomate supuso “una negociación entre los representantes sindicales de los productores y los comercializadores” y, en ningún caso, los productores concertaron una fijación de precios.

Según el Tribunal Supremo, el objetivo de ASAJA era, textualmente, “obtener una posición de negociación con las comercializadoras adecuada, dada la atomización de la oferta de producción”, de modo que sólo pretendía “fijar un precio apto para cubrir costes, todo ello inserto en una situación de crisis del sector”. Entiende el Tribunal que “no nos encontramos ante empresa-



■ Francisco Vargas (ASAJA) junto a Andrés Góngora (COAG), en La Redonda.

rios, sino ante organizaciones sindicales cuya finalidad es la defensa de intereses socio sindicales” y, en cualquier caso, añade que la acción no pudo “afectar de manera significativa a la competencia”, ya que, según ASAJA, la cuota de mercado que tiene es de un 5%.

Con todo ello, el Tribunal Supremo apela a la naturaleza sindical de ASAJA, entidad que, dice, “agrupa a los productores” y cuyo objetivo “no es fijar precios de venta, sino negociar a favor de los asociados unos precios adecuados a los costes”. Así

las cosas, “no estamos ante un acuerdo de precios de venta a terceros, sino ante la negociación entre los representantes sindicales de los productores y los comercializadores”.

COAG Y LAS ALHÓNDIGAS

En el caso de COAG-Almería y las alhóndigas pertenecientes a COEXPHAL, aún mantienen sus sanciones, ratificadas, como en el caso de ASAJA-Almería, por la Audiencia Nacional el pasado mes de mayo. De este modo, COAG-Almería se sigue enfrentando a una sanción que ascien-

de a 29.662 euros, mientras que, en el caso de las alhóndigas, esta cifra se dispara hasta los 183.214 euros. En cualquier caso, la anulación de la sanción de ASAJA-Almería por parte del Tribunal Supremo abre la puerta a la anulación también de las sanciones a COAG y las alhóndigas.

Cabe recordar que los hechos se remontan a diciembre de 2009, cuando tras varios meses de bajos precios, las organizaciones agrarias convocaron una asamblea en el Polígono Industrial La Redonda, en El Ejido, en la que presentaron el documento ‘Acuerdo de unidad de acción sindical de ASAJA-Almería y COAG-Almería en relación a la crisis del sector hortícola de la provincia’, al que más tarde se adherirían las alhóndigas. Este documento recogía un principio de acuerdo para que los agricultores se sumaran a un sistema de precios recomendado y se negaran a vender por debajo de esos precios.

En cualquier caso, y según recoge la sentencia del Tribunal Supremo, no se acredita un efecto “sensible” de estas acciones en la libre competencia, puesto que la propia CNC “afirma que no se ha detectado que los precios señalados se aplicasen en las facturas, por lo que es de aplicación la regla de conducta de menor importancia y, en consecuencia, no procede imponer sanción”.

EN CARTAGENA

Rijk Zwaan reúne a clientes del Este en su International Melon Week

■ CIA

Los pasados 2 y 3 de julio, Rijk Zwaan organizó una nueva edición de su International Melon Week, que, en esta ocasión, estuvo dirigida a clientes de Europa del Este. El programa de las jornadas, que tuvieron lugar en la Finca del Arquillo (Cartagena) incluía tanto visitas a campo como a empresas de referencia en el mundo del melón y la sandía. En la Estación de Investigación, los participantes pudieron comprobar de primera mano el comportamiento tanto de los tipos característicos del Este de Europa como de los de referencia internacional. Las marcas Mellissimo y Caribbean estuvieron presentes en una exposición de fruto. Como novedad, los clientes tuvieron a su disposición la plataforma Demo Partner RZ, que, mediante una conexión wi-fi a sus smartphones, les permitió obtener la información más relevante de las variedades.

En el restaurante El Aquario, los clientes participaron en una degustación de las variedades visitadas en el campo para establecer las preferencias de sabor y textura para sus países de origen. Luego, visitaron campos externos de Mellissimo y Ducral y realizaron networking con empresas líderes en la producción y comercialización de estas variedades de referencia.

TRANSPORTE DE MERCANCÍAS

Los camioneros se enfrentan a un sobrecoste de hasta el 30% en peajes en carreteras francesas

■ CIA

Los transportistas españoles se enfrentan a un sobrecoste en los peajes en carreteras francesas de hasta el 30%, según los datos que manejan las distintas patronales. El motivo no es otro que la entrada, poco a poco, de la Ecotasa en Francia. De este modo, el Gobierno galo prevé que, a partir del próximo 1 de octubre, los vehículos de transporte de mercancías de más de 3,5 toneladas,

independientemente de su nacionalidad, paguen peajes en 10.000 kilómetros de carreteras nacionales y otros 5.000 de vías locales. Quedarían al margen de esta tarificación las autopistas, en las que ya hay que pagar para poder circular. El Gobierno del país vecino estima que unos 800.000 camiones de toda Europa pasan por Francia, un tercio de ellos extranjeros, con lo cual, prevé que la recaudación alcance los 1.200 millones de euros.

Los camioneros deberán instalar un pequeño equipo electrónico a bordo conectado al GPS y adaptar su contabilidad al nuevo gasto, que podría estar exento de IVA francés. Según el Código Aduanero de este país, este incremento de gastos para el transporte debe ser soportado por el cliente, apareciendo el importe de la Ecotaxe en la factura que expide el transportista. En lo que respecta a las tarifas, éstas oscilarán entre los 8 y los 14 cénti-



■ Camión. /FHALMERIA

mos de euro por kilómetro, dependiendo del motor y la emisión de gases, así como de la masa máxima que puede transportar el camión o del número de ejes. Para 2014, está fijada ya una subida de estas tarifas del 10%.

Los conductores tendrán dos opciones: la primera, abonarse al sistema a través de una sociedad autorizada de servicios de telepeaje (SHT, por sus siglas en francés), con el incentivo de un descuento del 10% o, la segunda, no incibirse y adquirir un dispositivo Ecomouv'Pass en uno de los puntos Ecotaxe distribuidos por la red de carreteras. En este último caso, hay que realizar un depósito previo como garantía y una recarga de saldo.

Especial FINANCIACIÓN DEL CAMPO

¿Quién financia el campo?



- *Los agricultores preparan sus invernaderos y las nuevas cosechas. La financiación resulta fundamental.*
- *Las empresas comercializadoras ponen a punto su maquinaria.*
- *La industria auxiliar necesita el apoyo de la banca para financiar los proyectos de sus clientes.*
- *Las empresas exportadoras afrontan una nueva campaña y necesitan circulante.*
- *En estas páginas aportamos la mejor información relacionada con la financiación del sector agrario almeriense. Algunas entidades llevan toda la vida financiando el campo, y otras han aparecido ahora con productos nuevos.*

A MÁS

Semillas, fertilizantes y plásticos, los insumos más caros para los agricultores

Entre semillas, plantones y fertilizantes son más de 8.000 euros anuales por hectárea los que se gasta un agricultor almeriense

■ Elena Sánchez

El agricultor es uno de los empresarios que más gastos tiene que afrontar cuando comienza la temporada, ya que la mayor parte de los insumos son necesarios para poder iniciar el ejercicio. De hecho, cada año que pasa es mayor la suma de dinero a la que tiene que hacer frente debido a que los insumos agrícolas son cada vez más caros. Una gran parte de estos productores, para poder comenzar la campaña, tiene que pedir ayudas a las entidades bancarias para

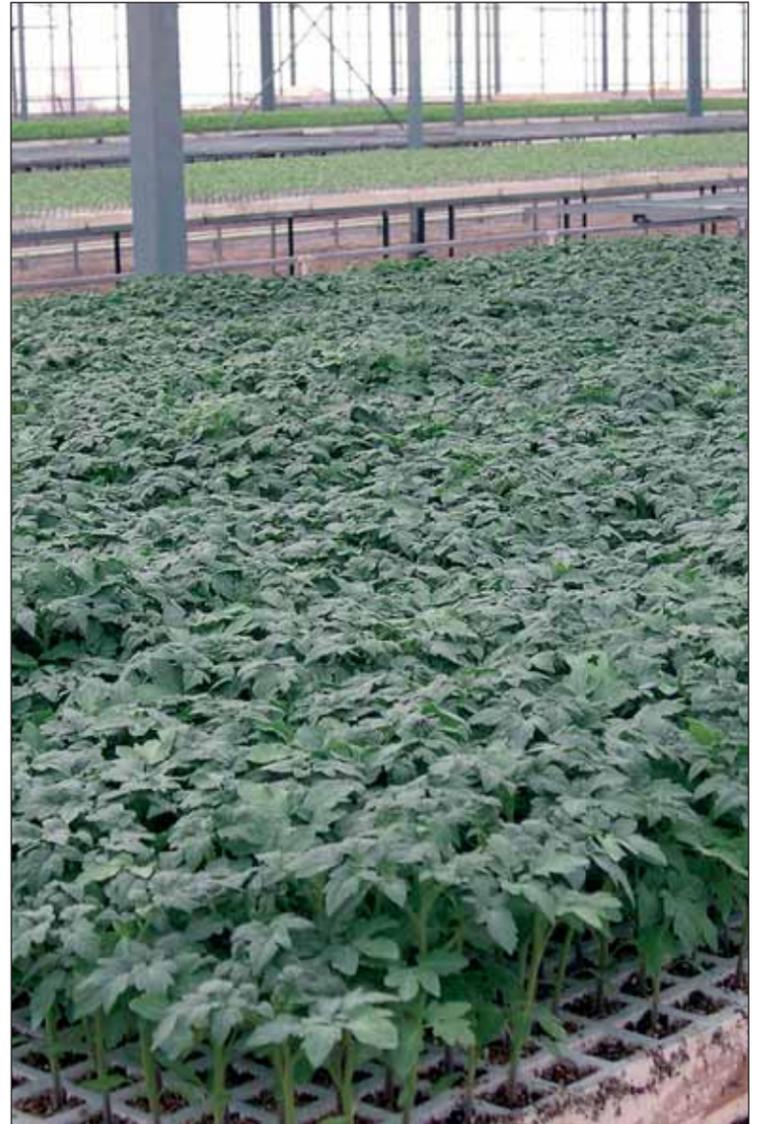
que les faciliten la compra de todo aquello necesario para su trabajo diario y muy pocos los que pueden pagar por sí mismos altas cantidades de dinero.

Entre los insumos más caros para el agricultor están las semillas y plantones y los fertilizantes, que suman más de 8.000 euros por hectárea de gasto para el productor cada año. La pasada campaña, el gasto sólo en semillas y plantones fue de 4.892 euros por hectárea, mientras que en fertilizantes hubo que abonar cerca de 4.000 euros anuales por hectárea, según datos del Análisis de la Campaña Hortofrutícola 2011/2012 elaborado por la Fundación Cajamar. Tras estos insumos también tienen cifras altas los fitosanitarios, el agua o la energía, mientras que el gasto menos costoso es el control bio-

lógico, que supone unos 800 euros por hectárea al agricultor.

En cuanto a los gastos de amortización, los más costosos son las estructuras de invernadero y los plásticos, suponiendo más de 7.000 euros por hectárea para el agricultor. Y es que, la partida destinada al plástico se ha incrementado en la pasada campaña un 1,9 por ciento, ya que la cotización media del barril de Brent ha sido de 112 dólares, un 9,4 por ciento más que años anteriores.

Cada vez son más altos los gastos que tiene un agricultor pero menos los ingresos, por lo que muchos de ellos se ven en la necesidad de acudir a préstamos de campaña o ayudas facilitados por entidades como Cajamar Caja Rural, que ofertan nuevos servicios destinados única y exclusivamente a los agricultores.



■ El precio de semillas y plantones se ha encarecido en las últimas campañas.

DAVID CARA LÓPEZ



“Ahora sólo puedes comprar una finca si tienes buena disposición económica o patrimonial”

TRABAS. David Cara, agricultor ejidense, asegura que “cada vez son más los requisitos que demanda una entidad bancaria para conseguir dinero para la cosecha y yo, personalmente, suelo tener bastantes problemas para ello”. Una de las principales peticiones que hace a sus bancos, “Unicaja y Cajamar”, es que “cuando un agricultor pida un préstamo, que le respondan con más rapidez, sea

para bien o para mal, porque muchas veces marean la perdiz mientras el agricultor tiene la necesidad de obtener el dinero para poder comenzar la campaña”. Para Cara, la crisis ha hecho que “los bancos pongan más trabas para dar dinero y si quieres comprar una finca tiene que ser cuando tenga un precio asequible o tengas una buena disposición económica o patrimonial”.

JOSÉ PERALTA



“Las entidades bancarias deberían de hacer una bajada de intereses, que es lo que más nos perjudica a nosotros”

ECONOMÍA. José Peralta, agricultor de berenjena, se muestra claro a la hora de dar su opinión acerca de lo que él le pediría a su banco para mejorar la situación de los productores almerienses. “Yo trabajo con Cajamar y le pediría la bajada de los tipos de interés, ya que están muy altos y repercuten negativamente en nuestra economía”. De hecho, Peralta indica que, en estos momentos, “los produc-

tos financieros que se ofrecen al agricultor no se adaptan a la economía actual del mismo y los intereses cada vez suben más. Creo que este tema habría que solucionarlo”. A José Peralta, hasta ahora, no le han puesto trabas para obtener dinero para su cosecha, aunque “es cierto que cada banco pone sus condiciones y, en el caso de la compra de fincas, te facilitan la compra si tienes dinero”.

LIQUIDEZ

Unicaja destina 170 millones de euros para préstamos al sector de los cultivos intensivos

La entidad financiera está dispuesta a aumentar el montante destinado a créditos en función de la demanda que se registre

■ CIA

Unicaja Banco ha lanzado la línea de préstamos preconcedidos de hasta 170 millones de euros, ampliable según demanda, para la temporada de cultivos intensivos 2013-2014, lo que constituye uno de los mayores volúmenes de financiación puesto a disposición del colectivo agrario en Andalucía. Esta línea de préstamos preconcedidos permite a este colectivo disponer de forma rápida y ágil de los importes para acometer las inversiones iniciales de la campaña agrícola en cultivos hortofrutícolas y a un bajo tipo de interés.

Esta línea de préstamos preconcedidos, que se incluye en la nueva campaña 'Cultivos Intensivos' de Unicaja Banco, se une a la amplia oferta de productos y servicios que la entidad financiera pone a disposición del colectivo agrario, en su arraigado compromiso de apoyo al campo, y que se manifiesta en soluciones específicas de financiación, con préstamos a 11 meses con bajo tipo de interés y a 6 meses con interés al 0%, así como otros servicios tanto financieros, como de protección, asesoramiento, gestión de ayudas, investigación y docencia agraria.

Unicaja Banco, coincidiendo con el inicio de la temporada agrícola 2013-2014, ha lanzado su nueva campaña 'Cultivos Intensivos', en la que la entidad financiera destina 170 millones de euros, ampliables según demanda, a una línea de préstamos preconcedidos dirigidos al sector hortofrutícola, lo que constituye uno de los mayores volúmenes de financiación puesto a disposición del colectivo agrario en Andalucía. Los préstamos preconcedidos permitirán a los agricultores y a otros agentes del sector agrario clientes de la entidad disponer de forma rápida y ágil, y a un bajo tipo de interés, de los importes preconcedidos para sufragar las inversiones iniciales de la campaña agraria. La nue-



■ Espacio expositor de Unicaja en la última edición de Expo Agro, donde ya publicitaba en su cartelería su tradicional Tarjeta Univerde. /FHALMERIA



■ Los productores de tomate son, junto a los de pimiento, los que invierten más dinero en el inicio de campaña. /FHALMERIA

va campaña 'Cultivos Intensivos' de Unicaja Banco incluye, además, otras modalidades de financiación adaptadas a las necesidades de aquéllos que desarrollan su actividad en el ámbito de la agricultura: préstamos a 11 meses con bajo tipo de interés, a 6 meses con un tipo de interés al 0%, la Tarjeta Univerde, sin comisión de mantenimiento, que ofrece la posibilidad de aplazar sin coste los pagos a los almacenes agrícolas,

así como seguros agrarios y préstamos para la inversión.

Así, esta nueva campaña 'Cultivos Intensivos', diseñada para atender las necesidades del sector agrario, se enmarca en el arraigado compromiso de apoyo al campo por parte de Unicaja, que se manifiesta en la prestación de servicios tanto financieros, como de protección, asesoramiento, gestión y tramitación de ayudas agrarias de la Unión Europea, desarrollo de convenios

específicos y participaciones en empresas del sector y apoyo a la investigación y docencia agraria.

La oferta de Unicaja Banco en su nueva campaña 'Cultivos Intensivos' estará vigente hasta el 28 de febrero de 2014 y ofrece productos y servicios específicos y en condiciones muy favorables para cubrir las necesidades particulares del sector hortofrutícola, con especial interés en las explotaciones de inverna-

deros. Esta campaña agrícola tiene especial relevancia en determinadas comarcas de Andalucía y viene a cubrir las necesidades de financiación tanto para la compra de suministros como para ayudar a la mejora de la adquisición de tecnología, incrementando el rendimiento de los cultivos gracias a la instalación de mejoras en las estructuras y sistemas de riego. Cabe destacar que la amortización del capital y de los intereses de los préstamos para la campaña que ofrece Unicaja Banco es al vencimiento de los mismos, lo que permite al cliente adaptar ese vencimiento a la fecha en la que se cobra la cosecha.

La campaña 'Cultivos Intensivos' 2013-2014 incluye, en resumen, los préstamos de campaña 'Cultivos Intensivos preconcedidos', para lo que Unicaja Banco destina 170 millones de euros. También ofrecen préstamos de campaña 'Cultivos Intensivos Tipo Cero', así como los préstamos de campaña denominados 'Cultivos Intensivos'.

Además, oferta la Tarjeta Univerde, que permite aplazar los pagos hasta el final de la campaña, así como una amplia gama de seguros agrarios y préstamos de inversión a largo plazo.

PRÉSTAMOS

La Caixa abre una línea de ecofinanciación para impulsar el crédito en el sector agrario

■ CIA

La nueva línea de crédito facilitará préstamos a proyectos relacionados con la eficiencia energética, la agricultura ecológica o el desarrollo del entorno rural. En Andalucía, la entidad cuenta con 438 oficinas especializadas en el sector primario

La Caixa ha lanzado la nueva línea ecoFinanciación, dirigida a impulsar el crédito en el sector agrario y a facilitar la financiación de proyectos de desarrollo sostenible respetuosos con el medio ambiente.

La nueva línea de productos de ecoFinanciación incluye una amplia gama de modalidades de crédito, creadas para ofrecer crédito a medida de cada proyecto: financiación a corto y medio plazo, microcréditos, leasing, etc.

El denominador común a toda la línea de ecoFinanciación es que La Caixa dará prioridad a aquellos proyectos del sector agrario que mejoren la eficiencia en el uso del agua, las energías renovables, la gestión de residuos, la eficiencia energética, la agricultura ecológica y el desarrollo rural.

Este planteamiento es una forma de trasladar a la oferta financiera de La Caixa el compromiso que la entidad tiene con el respeto al medio ambiente y la realización de la actividad comercial de acuerdo con principios de responsabilidad corporativa.

FINANCIACIÓN E INVERSIÓN

La línea ecoFinanciación incluye cuatro productos de financiación. En primer lugar, EcoPréstamo Agrario, que es un préstamo de hasta 180.000 euros para personas físicas y 300.000 para



■ Una de las muchas sucursales que tiene la entidad financiera catalana La Caixa a lo largo y ancho de la Comunidad Autónoma de Andalucía. /FHALMERIA

empresas, con aval de La Sociedad Anónima Estatal de Caución Agraria (SAECA); en segundo lugar, EcoAgroinversión (crédito abierto con garantía personal); EcoMicrocrédito Negocio, que permite a autónomos o microempresas de productos o servicios ecológicos disponer de hasta 25.000 euros; y EcoLeasing, que facilita la adquisición de equipos de producción de energías renovables que contribuyan

al ahorro energético en las instalaciones agrícolas o ganaderas. Además, la línea se completa con dos productos de inversión (la cuenta AgroCaixa y la cuenta Verde MicroBank), que incluyen ventajas como la tramitación gratuita de la PAC y el mantenimiento e ingreso de cheques de forma gratuita.

CLIENTES ANDALUCES

En Andalucía, La Caixa ofrece

atención especializada a sus cerca de 200.000 clientes del sector desde sus 436 oficinas agrarias, en las que dispone de profesionales especializados en sus necesidades. El volumen de negocio del sector agrario en Andalucía asciende a 4.446 millones de euros.

Para La Caixa, el objetivo es fomentar las inversiones ecológicas y extender a sus clientes su compromiso con el medio am-

biente y la sostenibilidad. La entidad financiera fue elegida en 2012 líder en su sector en gestión del cambio climático en España, según el Carbon Disclosure Project Global 500.

Además, la política ambiental de La Caixa, gestionada por su Comité de Medio Ambiente, está avalada por la certificación de la norma ISO 14001, así como por el reglamento europeo 1221/2009.

PRODUCTO ESPECÍFICO PARA EL AGRICULTOR ALMERIENSE

BBVA cuenta con ofertas especiales de financiación para el campo local

■ R. V. A.

El BBVA ha puesto en marcha una 'Oferta Especial para Agricultores de Almería'. Se trata, concretamente, de la apertura de diferentes líneas de financiación agrícola para ayudar a los productores en diferentes momentos de la campaña y en sus diversas necesidades.

Dentro de los servicios, en esta línea, que ofrece el banco BBVA a los productores de frutas y hor-

talizas de la provincia almeriense, figura la Agro cuenta, una cuenta corriente hecha a medida de los agricultores de la zona.

Del mismo modo, el BBVA ofrece otra serie de servicios como es el 'Préstamo campaña', gracias al cual, al productor hortofrutícola que se lo concedan, se garantiza la financiación necesaria para poner en marcha la producción y mantenerla durante toda la campaña. Además, el BBVA también oferta una 'Pó-

liza de crédito agrícola BBVA', así como otros préstamos destinados, por ejemplo, a la financiación de maquinaria agrícola o, no menos importante, a cambiar el plástico de los invernaderos. Finalmente, esta entidad bancaria también ofrece una 'Hipoteca Negocios BBVA' para la rama agrícola.

Los agricultores pueden informarse en las sucursales de Adra, Berja, El Ejido, Vícar, La Mojonera, Roquetas y Aguadulce.



■ Sin financiación es muy difícil empezar una campaña hortofrutícola. /FHALMERIA

SIEMPRE AL SERVICIO DEL PRODUCTOR

Cajamar cuenta con un amplio abanico de alternativas de financiación para el agricultor

La entidad bancaria ya ha destinado 300 millones de euros en préstamos preconcedidos para los productores de la provincia, que, gracias a ellos, podrán financiar sus plásticos o la modernización de sus fincas, además de afrontar los gastos iniciales

■ CIA

Cajamar Caja Rural está una campaña más al lado del agricultor de Almería, para el que, en esta ocasión, ha destinado un total de 300 millones de euros en préstamos preconcedidos para que los productores puedan afrontar los gastos iniciales de la próxima campaña. Para ello, los agricultores sólo tendrán que confirmar la propuesta que, en estos días, les habrá llegado directamente a casa desde su oficina. Con la puesta en marcha, un año más, de estos préstamos, desde Cajamar Caja Rural quieren mostrar su compromiso con la agricultura almeriense y, por ello, vuelven a adelantarse a las necesidades de los agricultores, aportando soluciones para que puedan planificar su próxima campaña.

Entre esas soluciones, los agricultores pueden acceder a los Préstamos de Campaña, que les permitirán cubrir los costes de su explotación sin un importe limitado. Estos préstamos, según indican desde la entidad bancaria almeriense, son de rápida concesión y, además, cuentan con unas condiciones preferentes. Para ponérselo lo más fácil posible a los agricultores, estos préstamos tienen un plazo de hasta 12 meses y su forma de pago también es flexible, puesto que puede ser mensual, trimestral, semestral, e incluso, al vencimiento.



■ Los agricultores necesitan realizar grandes inversiones para poner en marcha una nueva campaña. /FHALMERIA

Junto al Préstamo de Campaña, Cajamar Caja Rural también pone a disposición de los productores su Préstamo Campaña Solución, con el que podrán financiar sus necesidades en un plazo máximo de seis meses, al 0% de interés.

Pero no todo se reduce a préstamos para la campaña, sino que, a lo largo de todo el ejercicio, el productor tiene una necesidad importante de circulante y, en estos casos, también puede contar con Ca-

La Tarjeta Agrofuerite permite ajustar los pagos a los ciclos de cobro de la explotación

La Tarjeta Agrofuerite se ha convertido en una interesante herramienta en los últimos años. Gracias a ella, los agricultores cuentan con una gran flexibilidad a la hora de pagar sus compras en los más de 800 estable-

cimientos adheridos y podrán hacerlo hasta en 24 meses. Del mismo modo, los pagos se ajustan a los ciclos de cobro de la explotación, con entre 1 y 6 liquidaciones al año. Se puede contratar para cinco años.

jamar Caja Rural. De este modo, la entidad bancaria pone a su disposición la Cuenta Agrofuerite, una cuenta de crédito destinada a cubrir las necesidades de tesorería de campaña de los productores que, en este caso, sean socios de la entidad. El importe máximo va a depender de cada explotación y cuenta con un plazo de un año, admitiendo un máximo de dos renovaciones tácitas.

INVERSIONES

Teniendo en cuenta que la agricultura de Almería es muy dinámica, en Cajamar Caja Rural también son conscientes de que los agricultores necesitan hacer importantes inversiones a lo largo del año y, por ello, también cuentan con soluciones para estas inversiones. De este modo, la entidad bancaria pone a disposición de los agricultores préstamos con el aval de SAECA, para que puedan acometer proyectos de futuro que supongan una mejora en el medio rural y sin hipotecar sus bienes. Estos préstamos tienen un plazo de quince años.

Asimismo, financian hasta el 100% de la reconversión varietal de las explotaciones o del plástico para el invernadero. En este último caso, el préstamo tiene un plazo de hasta tres años y con sólo una cuota anual. Por último, financian el 100% de la modernización de estructuras, con un plazo de hasta 15 años, y pudiendo contar con el asesoramiento de los técnicos de la Estación Experimental.

MAQUINARIA AGRÍCOLA

La entidad financia hasta el 100% de la maquinaria para que el productor logre los mejores resultados

■ CIA

Contar con la última tecnología es algo fundamental en un sector como la agricultura almeriense, que avanza a pasos agigantados campaña tras campaña. Precisamente por ello, en Cajamar Caja Rural cuentan con una línea específica de financiación de maquinaria agrícola, con la que quieren ayudar a los productores a adquirir nueva maquinaria para conseguir una me-

jora no sólo en la producción, sino también en la sostenibilidad de sus explotaciones. En este sentido, Cajamar Caja Rural ofrece préstamos para financiar hasta el 100% de las necesidades técnicas que requiera la explotación. Asimismo, los agricultores se podrán beneficiar de condiciones especiales a la hora de adquirir esa nueva maquinaria, gracias a los acuerdos de colaboración suscritos por la entidad con las distintas empresas de fabricación y

comercialización de maquinaria agrícola.

Junto a ello, Cajamar Caja Rural también ofrece la posibilidad del Leasing, es decir, los agricultores que así lo deseen pueden disponer del bien que necesitan en arrendamiento y con la posibilidad de adquirirlo finalmente, con ventajas fiscales, dependiendo de su plan de cuotas.

Por último, gracias al Renting que también ofrece la entidad, los productores de la provincia



■ Maquinaria agrícola. /FHALMERIA

podrán renovar sus vehículos sin realizar grandes inversiones, sin preocuparse de los costes derivados de su mantenimiento y, además, con ventajas fiscales.

La financiación para la adquisición de maquinaria, así como el Leasing o el Renting son otras de las alternativas de financiación que, desde Cajamar Caja Rural, ofrecen a los agricultores de Almería para que, de cara a la próxima campaña, puedan mejorar su trabajo diario. Y es que la agricultura más moderna necesita de una renovación continua y, por ello, desde la entidad bancaria de confianza de los agricultores almerienses quieren que éstos gocen de las mejores condiciones posibles para 'renovarse'.

SOLUCIONES PARA LA COMERCIALIZACIÓN

Firme apuesta por las cooperativas como fórmula empresarial para afrontar retos

Cajamar cuenta con una amplia gama de productos para financiar desde la creación de la cooperativa a la jubilación de sus socios

■ CIA

En Cajamar Caja Rural confiamos plenamente en las cooperativas como fórmula empresarial capaz de afrontar nuevos retos en todos los ámbitos y, precisamente por ello, ponen a sus disposición una amplia gama de productos financieros con los que, en primer lugar, apoyan su creación y, en segundo lugar, quieren ayudarlas a seguir creciendo. De este modo, la entidad bancaria almeriense dispone, precisamente, de un Préstamo para la Creación de Cooperativas, con el que financia hasta el 100% de la inversión, que deberá ser devuelta en un plazo de 15 años, pero que cuenta con una gran flexibilidad de pago y excelentes condiciones financieras.

Una vez que la cooperativa 'ha nacido', desde Cajamar Caja Rural quieren ayudarla a crecer y, por ello, ponen a su disposición su Préstamo de Campaña para Cooperativas, con el que pretenden que estas entidades puedan responder a las necesidades e imprevistos que les surjan a lo largo de la campaña, como pueden ser la adquisición de envases o el pago de impuestos, entre otras cuestiones. En



■ Las cooperativas y sus socios pueden gozar de interesantes ventajas de financiación. /FHALMERIA

este caso, el plazo de pago es de hasta 12 meses.

Pero no todo son facilidades para la cooperativa como entidad, sino también para sus socios, a quienes Cajamar Caja Rural les da la posibilidad de hacer aportaciones de capital social a la cooperativa en condiciones muy ventajosas.

ANTICIPOS

La campaña agrícola suele estar llena de imprevistos y, precisamente por ello, para poder hacerles frente, Cajamar Caja Rural, a través de su confirming, pone a disposición de los socios de las cooperativas el importe correspon-

diente a la liquidación de sus cosechas de una forma rápida y ágil. De este modo, el socio puede contar con una rapidez en el cobro, mientras que la cooperativa no tiene por qué endeudarse para poder anticipar los pagos a sus socios. Asimismo, se libera de parte de su carga administrativa, ya que Cajamar se encarga del registro de los anticipos a los socios.

Otra solución que la entidad bancaria ofrece tanto a la cooperativa como a sus socios es la Tarjeta Agrofuerte Personalizada para socios de la cooperativa. Esta tarjeta ha sido diseñada para las cooperativas que cuenten con sección

de suministros y gracias a ella sus socios podrán hacer más fáciles y ágiles sus compras, así como los pagos posteriores. La cooperativa, por su parte, gozará de mayor liquidez, ya que contará con cobros al contado y, además, evita los impagos, entre otras cuestiones.

Por si todo esto fuese poco, en Cajamar Caja Rural han pensado, incluso, en la jubilación de los agricultores socios de cooperativas, para quienes ha diseñado un seguro de ahorro que les permitirá contar con una cierta cantidad de dinero y una jubilación tranquila cuando cierren el invernadero.

I+D AGROALIMENTARIO

Cajamar anticipa las subvenciones para invertir en investigación

■ CIA

La I+D es, hoy por hoy, uno de los pilares fundamentales sobre los que se sustenta la agricultura de Almería y, por ello, desde Cajamar Caja Rural también quieren apoyar la investigación permanente en el sector y lo hacen a través del anticipo de subvenciones ya concedidas o bien a través de créditos ICO Inversión Economía Sostenible. Con respecto al primer asunto, la entidad bancaria pone a disposición del sector avales para solicitar el anticipo de la subvención y afianzar su solvencia ante terceros, además de ofrecer préstamos para anticipar la subvención concedida. En el caso de estos préstamos, su plazo de amortización se adapta a cualquier situación y, además, permiten obtener liquidez de forma rápida y puntual.

Por último, los créditos ICO Inversión Economía Sostenible permiten financiar todas aquellas inversiones que incluyan nuevos procesos de producción, nuevos productos y servicios y/o nuevos sistemas de dirección o negocio que impliquen una mejora en el uso eficiente de los recursos y/o una reducción de los impactos medioambientales. A través de estos créditos se puede financiar hasta el 100% del proyecto de inversión.

TAMBIÉN EN EL EXTRANJERO

La entidad apoya la internacionalización de las comercializadoras almerienses

■ CIA

Cajamar Caja Rural cuenta con muchas y variadas herramientas para que las empresas de la provincia puedan adentrarse en los mercados internacionales con la mayor tranquilidad y seguridad posible, algo muy importante teniendo en cuenta que la almeriense es una agricultura muy volcada con la exportación y que, de hecho, vende en los mercados foráneos casi el 70% del total de lo que

produce. Por ello, la entidad cuenta con una Línea de Financiación de Exportaciones para el Negocio Agroalimentario, que incluye desde créditos documentarios de importación hasta emisión de garantías internacionales, e incluso, un servicio de asistencia internacional.

En lo que respecta al crédito documentario de importación, Cajamar emite y tramita estos créditos para sus clientes con total eficacia y con una atención continua

orientada a garantizar que el pago va a ser efectuado al cumplirse los requisitos marcados por éste. Gracias a este producto, sus clientes ofrecen seguridad y solvencia a sus proveedores exportadores, con la garantía de que cobrarán en la entrega de la mercancía. Al mismo tiempo, su uso se convierte en un argumento para conseguir mejores precios y condiciones de compra.

Por otro lado, Cajamar cuenta con su Aval/Garantía de Importa-

ción, que es un compromiso que adquiere ante un exportador, actuando como fiador de su cliente, en el caso de que este último no cumpla con determinadas condiciones contractuales o de pago. Gracias a este aval/garantía, Cajamar facilita el inicio de las operaciones comerciales sin entrega de divisas o pagos previos, además de ampliar la solvencia del importador ante proveedores. A su vez, ayuda a eliminar la desconfianza que existe cuando se inician operaciones internacionales con nuevos proveedores.

Cajamar Caja Rural ofrece a sus clientes, además, una Financiación al Comercio Exterior, a través de la cual, en el caso de importaciones, les anticipa el dinero para que

puedan pagar al contado y, de ese modo, negociar un mejor precio por la mercancía. En el caso de exportaciones, si su cliente es el vendedor, éste podrá ofrecerles a su vez a sus clientes facilidades de pago, independientemente del medio de cobro que utilice. En ambos casos, las operaciones pueden realizarse independientemente de que la moneda de facturación sea el euro o cualquier otra y siempre que exista un pago al exterior con un aplazamiento de hasta 180 días.

Por último, la entidad bancaria almeriense ofrece un seguro de cambio, de modo que las distintas fluctuaciones de divisas no afecten a las empresas, así como con un servicio de Asistencia Cajamar Internacional.

TIC

Hispattec crea herramientas exclusivamente para el sector agroalimentario

En Hispattec, empresa participada al 100% por Cajamar Caja Rural, son expertos en software agroalimentario y, de hecho, trabajan en exclusiva para este sector. Con casi 30 años de experiencia a sus espaldas, la empresa es líder indiscutible en su sector en el Arco Mediterráneo y, de hecho, gestiona más del 55% de la producción y comercialización hortofrutícola de la región. Asimismo, da cobertura a más de 22.000 hectáreas de invernadero gracias a su ERPagro, que calcula, mensualmente, más de 130.000 nóminas del sector y, además, supervisa 180.000 hectáreas de Producción Integrada bajo abrigo en el Sureste peninsular, en Huelva, con la fresa, y en Extremadura y el Valle del Guadalquivir, con la fruta de hueso.

Desde su nacimiento en 1985, Hispattec ha centrado su actividad en el desarrollo y comercialización de soluciones TIC para el sector agroalimentario, hasta convertirse en expertos dentro del mercado nacional. Según explican desde la empresa, “hemos construido software que da cobertura a gran parte de la problemática del sector, a través de nuestra relación con las empresas del mismo, atendíendolas y acompañándolas en su día a

día”. Esta cobertura quieren seguir ampliándola y, de hecho, “la estrategia corporativa de Hispattec para los próximos años se centra en acompañar a Cajamar en su expansión por todo el territorio nacional, posicionándonos como líder en soluciones TIC para el sector agroalimentario y el medio ambiente”.

Este compromiso entre Hispattec y la entidad bancaria es tal que, de hecho, Cajamar Caja Rural garantiza unas condiciones preferentes en todas aquellas inversiones destinadas a la puesta a disposición del sector agroalimentario de soluciones innovadoras y tecnológicas. En este contexto, Hispattec desarrolla soluciones exclusivamente para el sector agroalimentario, adaptadas y adecuadas perfectamente para gestionar los procesos de negocio propios de las empresas del sector.

Asimismo, son fabricantes del primer ERP hecho por y para el sector agroalimentario, que contribuye al desarrollo y definición de los procesos empresariales. Este producto cuenta, además, con una garantía de continuidad para evitar su obsolescencia. Así, Hispattec se adelanta a los requerimientos del sector, dotando a su ERPagro de las mejoras necesarias para que el negocio del cliente crezca.

COMPRAS Y PAGOS FIABLES



■ Esta tarjeta ofrece una gran flexibilidad de pago al agricultor. /FHALMERIA

La Tarjeta Agrofuerza Empresas facilita las compras entre agricultores y empresas de la industria auxiliar

En el caso de las empresas, evita los impagos y facilita el cobro al contado, mientras que el agricultor cuenta con gran flexibilidad de pago

■ CIA

La Industria Auxiliar de la Agricultura (IAA) es uno de los principales subsectores de la agricultura provincial, tanto que, según el Tecnómetro 2009, elaborado por la Fundación TECNOVA, llegó a facturar, por aquel entonces, más de 900 millones de euros. Para facilitar las relacio-

nes comerciales entre estas empresas y los agricultores, Cajamar Caja Rural ha creado la Tarjeta Agrofuerza Empresas, gracias a la cual, las empresas gozarán de una mayor liquidez, ya que podrán cobrar al contado, evitarán los impagos, podrán fidelizar a sus clientes y, además, tendrán mayores posibilidades de venta al disponer de una mayor liquidez.

Los clientes de todas estas empresas, por su parte, tendrán una mayor flexibilidad de pago, puesto que podrán elegir cómo y cuándo pagar cada una de sus compras en un plazo de hasta 24 meses,

además de contar con plazos adaptados a los ciclos de cobro de su explotación. Esta tarjeta es, además, un medio de pago seguro y puede ser contratada por cinco años. Durante todo este tiempo, los agricultores podrán realizar sus compras en los más de 800 establecimientos adheridos.

Precisamente para ellos, para los comercios adheridos, Cajamar Caja Rural cuenta con un Préstamo Instantáneo Agrícola, especialmente diseñado para financiar en estos comercios las compras de suministros de todo tipo y pagar de forma rápida y segura.

CONSTRUCCIÓN Y MODERNIZACIÓN

Soluciones a medida para todas las comunidades de regantes de Almería

■ CIA

Cajamar Caja Rural cuenta con una serie de soluciones específicas para las comunidades de regantes de la provincia, que van desde herramientas de inversión a la gestión de sus propios recibos. En lo que respecta a la inversión, Cajamar Caja Rural cuenta con dos tipos de financiación: la primera, financiación para la red principal de riego y, la segunda, inversiones para op-

timizar el regadío. En el caso de las inversiones para la red principal de riego, Cajamar Caja Rural financia a las comunidades de regantes inversiones en infraestructuras de nuevos regadíos, así como para la modernización y renovación de los existentes. La financiación de inversiones para optimizar el regadío va destinada, por su parte, a apoyar las inversiones que se realicen en el interior de cada parcela.

Por último, en Cajamar Caja Rural quieren facilitar el trabajo a las comunidades de regantes y, para ello, se hacen cargo de la gestión del cobro de los recibos de los comuneros, les dan a éstos facilidades de pago, ya que pueden domiciliar sus recibos en cualquiera de las oficinas que conforman la red de Cajamar y, además, contribuyen a simplificar las tareas de las diferentes comunidades de regantes de la provincia.



■ El embalse de Sol y Arena está a punto de inaugurarse.



Ayer, hoy y siempre.

La agricultura intensiva, como todos los años, cuenta con Cajamar Caja Rural. Para financiar la Campaña 2013, por supuesto, y para todo lo que necesite.

Desde nuestros orígenes, este ha sido nuestro campo. **Y al agricultor le ofrecemos lo mejor de nosotros. Día a día.** En su oficina más próxima. Con la cercanía, el conocimiento y las soluciones financieras que busca. Sean las que sean. Así ha sido siempre. Y así siempre será.

Este es nuestro compromiso con nuestro campo.

Forma parte de nuestro ADN.



Recoge ya
en tu oficina
la Guía de Cultivo
Intensivo 2013.



Especial PEPINO, CALABACÍN, BERENJENA Y PIMIENTO



Pepino +28,5%



**Berenjena
+16,7%**



Pimiento +15%



Calabacín +22,8%

**Los cuatro
productos más
rentables de
esta campaña**

LA ÑECA
HORTOFRUTICOLA

AVDA. CTRA. PAMPANICO, 257
TEL.: 950 48 22 31
EL EJIDO (Almería)
www.laneca.com



**Somos especialistas de la
berenjena y todo nuestro
trabajo es manual**



SUPERFICIE CULTIVADA

Calabacín y berenjena siguen aumentando su presencia en el campo almeriense

En la campaña 2011/2012, el calabacín llegó a las 5.789 hectáreas y la berenjena rozó las 2.200, aumentando su superficie un año más

■ Elena Sánchez

El calabacín y la berenjena son dos hortalizas que, aunque formen parte del grupo de las denominadas 'secundarias', cada vez son más consideradas por los agricultores y su superficie de cultivo aumenta un poco más cada campaña en el campo almeriense. De hecho, ya son varios los años que se está haciendo ver que son las mejores alternativas cuando un productor decide, en esa ocasión, descansar de tomate o de pimiento, y se decantan por la producción de calabacín o berenjena gracias a que sus costes de producción son menores, además de que, en los últimos ejercicios agrícolas, los precios están siendo bastante aceptables para ambos productos.

En el caso del calabacín, la superficie cultivada en la campaña 2011/2012 se incrementó en 500 hectáreas y llegó a ocupar un total de 5.789 hectáreas, según datos de la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, de las cuales obtuvieron un total de 354.156 toneladas. Y es que, esta hortaliza está obteniendo cada vez más importancia en el sector almeriense, sobre todo en el Poniente, ya que en los últimos años aparecen mejores variedades que permiten al agricultor obtener frutos de calidad, con un coste menor que el del pimiento o el del tomate y con precios finales bastante aceptables, puesto que, por ejemplo, en la campaña 2011/2012, el productor obtuvo una rentabilidad de 2,88 euros por metro cuadrado.

BERENJENA

El caso de la berenjena es bastante similar al del calabacín. Aunque su superficie aún es baja en la provincia, ya que en la campaña 2011/2012 se llegó a las 2.190 hectáreas, es cierto que esta cifra va en aumento año tras año y la opción de cultivar esta hortaliza por parte de los agri-



■ Producción de calabacín, que este año ha vuelto a aumentar su número de hectáreas en la provincia. /FHALMERIA



■ La berenjena está siendo cada vez más elegida por los agricultores para pasar la campaña. /FHALMERIA

cultores se incrementa con el paso del tiempo. De hecho, el buen rendimiento que ha tenido la berenjena en ejercicios pasados puede ser uno de los factores que ha llevado a los productores a apostar por ella, así como también el hecho de que es uno de los productos alternativos cuando pimiento o tomate no están pasando por un buen momento. Y es que, la berenjena es un producto que lleva afianzándose en el campo almeriense durante más de una década, ya que, según el Análisis de la Campa-



■ La superficie de pepino en el presente ejercicio se mantiene. /FHALMERIA

ña Hortofrutícola 2011/2012, elaborado por Cajamar, la curva productiva dibujada por esta hortaliza es ascendente desde el periodo 2000/2001.

PEPINO

Por otro lado, el pepino se mantiene como uno de los productos más trabajados en el campo almeriense. Sin duda, esta hortaliza ha evolucionado de manera considerable en las últimas campañas gracias a la aparición de nuevas variedades que están permitiendo al agricultor mantener un ciclo largo de campaña y, así, ahorrar en gastos de mano de obra, insectos auxiliares, limpieza de invernadero, etc. A pesar de que en el primer balance de la campaña 2012/2013, que Cajamar Caja Rural hizo y que establecía que el pepino se mantenía estable este año en cuanto a número de hectáreas se refiere, se estima que sus cifras finalmente mejoren al término del ejercicio propiciando, así, un mayor ánimo para que los agricultores sigan apostando por este producto las próximas temporadas. Sin duda, se está hablando de tres grandes hortalizas que cada vez obtienen un mayor protagonismo en el sector.

PARA LA CAMPAÑA 2013/2014

Seminis presenta su nueva variedad de pepino tardío SVO091CE, un fruto de excelente calidad

■ Elena Sánchez

Seminis ya está trabajando en la nueva campaña agrícola y en esta ocasión presenta una nueva variedad de pepino tardío, la cual, junto con Espartaco, cierra el ciclo para Almería y Granada. De hecho, esta nueva variedad conocida como SV0091CE, está recomendada para siembras tardías, del 20 de septiembre a finales de octubre y que destaca por ser una planta de porte abierto y con excelente rebrote en condiciones de frío. Según explica el delegado comercial de Seminis, Juan Miguel Robles, “esta nueva variedad cuenta con un fruto con buen estriado, que no genera cuello de botella y con un color muy oscuro”. De hecho, este color se mantiene así durante todo el ciclo de producción, algo más que importante a la hora de su comercialización, puesto que es uno de los aspectos que más en cuenta tienen los mercados a la hora de la compra de un pepino.

Igualmente, SV0091CE aporta un fruto que tiene una longitud de unos 30-32 centímetros y un peso que ronda los 400-450 gramos. La calidad de la fruta es una de las cosas más destacadas de esta variedad, ya que el problema del pepino tardío es el cuello de botella y éste, en concreto, no lo tiene, además de que también es “muy consistente en postcosecha”. En cuanto a su resistencia, el delegado comercial

de Seminis asegura que es “resistente al amarilleo, a las venas amarillas y también tiene buena resistencia a la ceniza, la cual le da un valor añadido extra tanto a la variedad como al agricultor”.

OTRAS VARIETADES

Por otro lado, Seminis también cuenta con su variedad Espartaco, dentro del catálogo de Almería, un pepino recomendado para siembras del 20 de agosto al 20 de septiembre y que cuenta con una planta de porte muy abierto y de entrenudos cortos. Uno de los aspectos que destaca Juan Miguel Robles de Espartaco es que su sistema radicular es “muy fuerte y ayuda a mantener una alta producción, así como también cuenta con una buena capacidad de rebrote”. Su fruta rellena muy bien, cuenta con un color oscuro llamativo y una calidad excepcional a lo largo de todo el ciclo productivo. La tercera variedad que muestra Seminis en su catálogo y que está adaptada a las condiciones de cultivo de la zona de Granada es Mulhacén. Una planta de vigor medio, porte abierto y entrenudos cortos, con frutos acanalados, de calidad y color brillante. Para Robles se trata de una variedad “estable bajo múltiples condiciones de cultivo y con un alto rendimiento de fruta comercial debido a la ausencia



■ Nueva variedad de pepino tardío SVO091CE, de Seminis.

de cuello de botella”. Su ciclo es desde final de agosto al 20 de septiembre. Finalmente, Seminis ofrece Legendario, un pepino destinado principalmente a

la zona de Canarias y que cuenta con una planta de entrenudos cortos, muy rústica y con un comportamiento bueno frente al amarilleo y la ceniza. Para Robles,

Legendario es una variedad recomendada para plantaciones a partir de septiembre y ofrece frutos de calidad, muy acanalados y de buen color.



SVO  91 CE

seguridad en resistencia
y producción




CAMPAÑA 2012-2013

El pimiento ganó valor, con más de mil hectáreas más, y sumó superficie integrada

■ R. V. A.

Según el Avance de la Campaña Hortofrutícola 2012-2013 que ha elaborado y presentado en la capital almeriense el consejero de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía, Luis Planas, el pimiento cerró la última campaña con cifras positivas.

La superficie de pimiento cultivada durante la campaña 2012-2013 fue superior en mil hectáreas más comparada con la anterior, la 2011-2012. Sin embargo, la producción, que con ese incremento de hectáreas debería haber aumentado considerablemente, sólo se incrementó en un limitado 5,6 por ciento.

La contención de la producción se ha debido, sobre todo, al descenso de kilogramos registrado entre los meses de octubre y noviembre, un período en el que las temperaturas y, en general, la meteorología, no permitieron una mayor producción.

Sin embargo, la mayor parte de los productores de esta hortaliza en la provincia de Almería, la mayoría de ellos situados en la comarca del Poniente, no han tenido queja este año. Y es que, entre todos han logrado obtener un valor de la producción de 393 millones de euros, lo que ha significado un

importante incremento del 15 por ciento, en comparación con la campaña hortofrutícola precedente.

LUCHA INTEGRADA

El pimiento también ha mejorado en esta variable. Concretamente, esta hortaliza ha experimentado un incremento de 708 hectáreas, al pasar de las 7.142 hectáreas de la campaña 2011-2012 a las 7.850 de la 2012-2013.

Lo cierto es que este importante incremento ha evitado que el producto más cultivado en la provincia almeriense, como es el tomate, le suplante en el primer puesto. Y es que, el tomate ha aumentado con fuerza su número de hectáreas cultivadas con lucha integrada sustituyendo al melón en la segunda posición.

De momento, con los datos de la última campaña, la 2012-2013, el tomate está todavía a 530 hectáreas del pimiento en superficie cultivada con lucha integrada.

Cabe recordar que el pimiento ocupa la primera posición, de entre todas las frutas y hortalizas que se cultivan en la provincia, en hectáreas cultivadas con control biológico de plagas desde el primer momento. A otros productos, como el tomate, les ha costado más campañas encontrar los insectos auxiliares efectivos.

SALUD

El lamuyo es una fuente de antioxidantes y vitamina C para el mercado español

■ R. V. A.

En un período en el que la ciudadanía está cada vez más concienciada con la necesidad de consumir alimentos lo más saludables y seguros posible, lo cierto es que el territorio nacional, que es el que compra la inmensa mayoría de pimiento lamuyo, está de enhorabuena. Y es que, esta hortaliza en concreto es una fuente

de salud, sobre todo gracias a su elevado contenido en vitamina C, más del doble que una naranja o una mandarina, así como por sus efectos antioxidantes.

El lamuyo es un pimiento que, por su sabor dulzón, es ideal, incluso, para su consumo en crudo. Su turgencia, carne gruesa, baja acidez y gran calibre forman también parte de sus características.

PAÍSES TERCEROS



■ Los pimientos que dan positivo en los controles rutinarios en las aduanas europeas se publican en el RASSF. /FHALMERIA

El pimiento es la hortaliza de la competencia que más alertas sanitarias causa a lo largo del año

Turquía es el país que ha introducido más pimiento con más residuos de los permitidos por la UE en territorio comunitario

■ Rafa Villegas

De entre todas las frutas y hortalizas, el producto que más veces aparece en la lista del Sistema de Alerta Rápida de Alimentos (RASSF por sus siglas en inglés) es, junto a la más desconocida okra, el pimiento procedente de países terceros.

Turquía es, sin lugar a dudas, el país productor de pimiento que se lleva la palma en incumplimientos de la legislación fitosanitaria europea vigente. En el otro lado, Bulgaria se ha convertido, gracias a su compromiso con el control de las producciones que entran en su territorio, en el 'azote' de los envíos de frutas y hortalizas turcos a su país.

Sin ir más lejos, este mismo mes, el pasado día 16 de julio, Bulgaria bloqueó una partida más de pimiento por superar, con creces, los límites máximos de residuos (LMR) permitidos. En esta ocasión, la partida incumplía la legislación vigente en LMR al superar en más de 14 veces la cantidad máxima permitida de tetradifón, un potente acaricida, además de contener carbendacima, un fungicida bencimidazólico. El producto, como



■ Cultivo de pimiento lamuyo al aire libre. /FHALMERIA

es habitual en estos casos, se precintó en la aduana búlgara para evitar su distribución por los lineales de los supermercados de ese o cualquier otro país.

No es el único ni el peor caso registrado en los dos últimos meses. Así, a principios del mes de junio, el RASSF notificó el bloqueo de otra partida de pimiento fresco procedente también de Turquía por contener nada menos que 25 veces más de la materia formetanate de la permitida. Una vez más fueron las autoridades búlgaras las que analizaron el producto y dieron la voz de alarma.

Otro ejemplo lo encontramos a mediados de junio, cuando Bulgaria, una vez más, bloqueó una partida de pimiento turco por contener cinco veces más carbendacima de la permitida.

Si bien Turquía es el país que más incumple los LMR europeos en pimiento, lo cierto es que no es el único país extracomunitario que envía esta hortaliza sin los controles necesarios.

Así, por ejemplo, en este caso Francia bloqueó el pasado mes de junio una partida de pimiento procedente de la República Dominicana por triplicar la cantidad máxima permitida de permetrina, un potente insecticida y acaricida que también se utiliza como remedio humano contra los piojos.

Con la próxima aplicación de la nueva Política Agraria Común (PAC), los consumidores europeos esperan que se intensifiquen los controles de las frutas y hortalizas que entran en territorio comunitario para evitar que lleguen a los supermercados.

UNA GARANTÍA

Meridien Seeds propone Yaiza, un pepino tardío de calidad con un excepcional rebrote

Esta variedad de holandés afronta su segunda campaña con la aprobación de todos los productores que confiaron en ella en la anterior. Y es que, pese a estar indicada para el segmento tardío, su productividad es muy elevada y, lo más importante, no tiene parones productivos en ningún momento.

■ Rafa Villegas

Meridien Seeds tiene la solución para aquellos agricultores almerienses y de la Costa Tropical granadina que tengan pensado cultivar pepino tardío la próxima campaña 2013-2014. Y es que, con tan solo un ejercicio agrícola a sus espaldas, el pepino Yaiza, tipo holandés, ha conquistado a sus productores por su excelente calidad, resistencias, fortaleza y alta productividad siempre, tanto en la caña como en su espectacular rebrote.

La casa de semillas Meridien Seeds recomienda su trasplante desde el 15 de septiembre hasta finales de octubre, pudiéndose, incluso, alargar más dependiendo de la zona.

Lo cierto es que son muchas las características que hacen de Yaiza un pepino ideal. María Luisa García, técnico de desarrollo de Meridien Seeds, por ejemplo, ha destacado que, además de las resistencias a la amarillez y a las venas amarillas, “la planta se adapta perfectamente a las bajas temperaturas. Es de un porte abierto, lo que facilita la absorción de la luz, incluso en los meses invernales. Es una planta que mantiene una vegetación, la adecuada, ni más ni menos, en equilibrio absoluto”.

Pero su punto fuerte, como ha explicado García, es la consecuencia de todo ello, “es su alta producción, sin parones, durante toda la campaña, desde la caña al rebrote. Mucho tiene que ver también en esta característica su fuerte sistema radicular, que le hace aguantar muy bien el frío. Es una planta que no se resiente absolutamente nada con las bajas temperaturas”.

Además, Miguel García, director de Marketing de Meridien Seeds, ha asegurado que “los agricultores que han cultivado Yaiza esta campaña han destacado que tiene un entrenado corto. Es una cosa muy visible, en cuanto entras a un invernadero y ves un cultivo de este pepino llama mucho la atención este aspecto. Lógicamente, eso repercute también en la producción, ya que cuentas hasta el alambre y hay dos o tres pepinos más que en otras variedades”.

Los productores de Yaiza, además de destacar su elevada productividad, su color muy oscuro y su aspecto muy acanalado, están muy satisfechos porque no presenta nada de cuello de botella, ni siquiera con frío, tiene un cierre pistilar muy bueno y, por lo tanto, es muy comercial. Es más, María Luisa García ha asegurado que “la mayor

parte de Yaiza se vende en las comercializadoras como primera calidad, y eso en invierno es muy importante para el productor”.

Otro aspecto a destacar de Yaiza es, sin lugar a dudas, como ha añadido Miguel García, “su longitud”. Y es que, es habitual que ya en la fase del rebrote una gran mayoría de variedades de pepino de segmento tardío produzcan frutos demasiado largos o demasiado cortos. García ha asegurado que “Yaiza, por el contrario, tiene una virtud. Y es que mantiene una longitud de entre 30 y 32 centímetros durante todo el ciclo productivo, tanto en la caña como en el rebrote”. Lógicamente, eso es algo que, especialmente en los meses más fríos del invierno, llama mucho la atención, junto al color y a la ausencia de cuello de botella y hace de Yaiza un pepino tipo holandés tan apreciado por los agricultores y, no menos importante, por la comercialización.

Yaiza se adapta muy bien a todas las zonas de cultivo de la provincia y la costa granadina. Así, María Luisa García explica cómo “funciona perfectamente tanto en zonas más cálidas, que están más próximas al mar, como en áreas con temperaturas más bajas”.



■ Una muestra del espectacular rebrote de Yaiza. /FHALMERIA



Nunca
es tarde
para
Yaiza

Yaiza
tardío



meridien seeds
mejores semillas

LOS AGRICULTORES DE ALMERÍA ESTÁN MUY SATISFECHOS CON LA RESPUESTA DE ESTAS VARIEDADES

Fitó presenta novedades en pepinos para siembras medias y tardías como Caronte, Jairán, Baezal y Almenara

■ CIA

Las novedades de Fitó para esta campaña en pepino de siembras medias y tardías abarcan tanto la gama de pepino holandés como los segmentos de pepino corto y pepino francés. Germán Victoria, responsable comercial de Fitó en la zona de Almería, comenta las diferentes novedades: **“En pepino tipo holandés, presentamos Caronte, una variedad de segundo año comercial indicada para siembras medias-tardías con una planta de entrenudos cortos, hoja oscura y excelente comportamiento frente a la amarillez, que da frutos oscuros y acanalados durante todo el ciclo; Jairán, una variedad especialmente indicada para la zona de Granada, que destaca por mantener la calidad de principio a fin y por su gran producción; y la nueva variedad en fase precomercial para siembras medias denominada HA11005, que se diferencia por la precocidad, la alta producción, calidad de fruto y la tolerancia al oídio”.**

En los segmentos de pepino corto y francés, la compañía también presenta novedades, como comenta Germán Victoria: **“En pepino corto, presentamos Baezal, una variedad que destaca por la sanidad de planta, el excelente color del fruto durante todo el ciclo y con gran producción; y, en pepino francés, contamos con Almenara, que destaca principalmente por su precocidad (de 7 a 10 días más precoz que otras variedades), calidad de fruto (color y marcado de espina) y por la excelente sanidad de planta”.**

AGRICULTORES, SATISFECHOS

Estas novedades ya han sido utilizadas por agricultores de Almería y la mayoría están muy satisfechos con el resultado, repitiendo para esta próxima campaña. Así lo comprobamos con Juan José García Villegas, agricultor de la zona de San Agustín, en El Ejido, que tiene 4,5 hectáreas de invernadero con pepino y pimiento. La pasada campaña apostó por Caronte, con 4 hectáreas: **“Es la segunda campaña que uso Caronte. La pasada ya vi que es una variedad que no pierde pepino en caña, pierde muy poco en el puente y el rebrote sale bastan-**

te bueno y es rápido, es un pepino que responde muy bien”. Como comenta Juan José García, **“lo planto a principios de octubre y llega hasta abril, consiguiendo un pepino con una postcosecha muy buena, magnífico color y, hasta abril del pasado año, rocé una producción de 14 kilos por metro”.** Además, es una variedad muy resistente a enfermedades: **“Otro tema muy importante es que aguanta la amarillez del pepino, tampoco le da ceniza (oídio) ni pudrición, por lo que seguro que continuaré con esta variedad”**, dice.



■ Germán Victoria repasa las novedades de Fitó, que se centran en variedades como Caronte, Jairán, Baezal o Almenara.

De la misma opinión es Antonio Suarez Llobregat, agricultor de la zona de Balerma, en el municipio de El Ejido, con 13.000 metros de invernadero para pepino holandés. Ya lleva dos campañas probando Caronte y en ésta ya ha puesto todo el invernadero con esta variedad: **“Yo lo planto a mediados de octubre y saco unos 11 kilos por metro de producción hasta marzo. Caronte es un pepino bravío, con fuerza, que aguanta muy bien el invierno, da mucha calidad hasta final de ciclo y no da problemas de enfermedades”.**

En el segmento del pepino cornichón (corto), Fitó presenta como novedad Baezal, que ha probado



Juan José García Villegas
Agricultor
“Apuesto por Caronte porque me da calidad, producción y resistencia a enfermedades”



José García Amat
Agricultor
“Baezal en pepino corto y Almenara en francés son productivos y mantienen la calidad hasta el final”

ya Jesús García Amat, agricultor de la zona de las Palmerillas, también en El Ejido: **“Hemos sembrado esta campaña la mitad de la finca de Baezal, ya que el año pasado lo tuve en pruebas y fue muy bien. Lo que sembramos a mediados de agosto se ha recolectado hasta el 15 de enero y lo que sembramos en enero ha lle-**

gado hasta finales de mayo. A nivel de producciones, han salido más de 10 kilos por metro y planta y mantiene muy bien el color, las espinas, etc., hasta al final, y la calidad es la misma todo el ciclo, con un rebrote perfecto, por lo que lo hemos podido vender siempre a los mejores precios”.

En este sentido habla también Juan Carlos Bravezo, con invernaderos en las zonas de El Águila y El Algarrobo y que ya ha probado Baezal: **“Lo que más me gusta es que es productivo, pero da calidad hasta final de ciclo, con un fruto precoz, muy bonito y negro, con pinchos, y que llega casi hasta junio”.**

Por último, cabe destacar la variedad de pepino francés Almenara, que ya ha probado Juan Jesús Jiménez Peña, en la zona de Roquetas de Mar, y que en esta próxima campaña lo va a poner en sus tres hectáreas de invernadero: **“Para mí, Almenara tiene varias cosas muy buenas como son su alta producción, con 12 kilos por metro, su precocidad, con casi una semana de antelación con otras variedades y, por último, la calidad del fruto hasta el final, ya que, al final del ciclo, el fruto sigue siendo de calidad, uniforme, con pinchos y oscuro, como demanda el mercado”.**



■ Las variedades de Fitó como Baezal dan calidad hasta final del ciclo.

UN AÑO 'REDONDO'

El pepino cierra una de sus mejores campañas cuatro años después

El fin anticipado de las cosechas en Holanda y Francia propició los buenos precios de este producto al principio del ejercicio

■ Isabel Fernández

El pepino está a punto de cerrar una de sus mejores campañas de los últimos seis años, gracias, sobre todo, a los buenos precios cosechados en origen y que, según los datos más recientes de la Administración andaluza, son los segundos mejores de los últimos seis años. De este modo, y tal y como recogen esas cifras, el pepino se vendió, de media, a unos 0,55 euros el kilo, una cifra que dista, y mucho, de los 0,44 euros a los que llegó a venderse, también de media, durante la campaña 2011/2012. Hay que remontarse hasta el ejercicio 2008/2009 para encontrar cifras similares; entonces, el pepino almeriense alcanzó un precio pagado al agricultor de 0,58 euros el kilo.

Entre las causas que han motivado estas buenas cotizaciones del pepino de la provincia cabe destacar, sobre todo, una: el fin anticipado de las campañas tanto en Holanda como en Francia, dos de los mayores competidores del producto local. De este modo, y según recoge el 'Informe final de campaña. Sector hortícola protegido', elaborado por la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, relativo al ejercicio que está a punto de

tocar a su fin, el pepino almeriense logró sus mejores precios entre los meses de noviembre y febrero, cuando, prácticamente, lidera el mercado europeo junto con el pepino procedente de la costa de Granada. Entonces, el pepino almeriense alcanzaría sus mejores cifras, llegando, en algunos casos, a superar el euro el kilo. Sin embargo, a partir de mitad de marzo, con el inicio, de nuevo, de la producción holandesa, el producto local comenzó a perder valor.

En cualquier caso, y para entonces, los buenos números del pepino de Almería ya le habían valido para cerrar un ejercicio bastante positivo que, de momento, y según el avance más reciente del balance de la campaña, elaborado por la Junta de Andalucía, arroja un valor de la producción de 227 millones de euros, un 28,5% más que hace un año. Esta cifra ha sido posible gracias a la comercialización a esos buenos precios de casi 411.200 toneladas de género, apenas un 0,9% más que en la campaña 2011/2012.

El final del ejercicio, al que le queda ya un suspiro, está marcado por los precios aceptables de los tipos de pepino destinados al mercado nacional, como es, sobre todo, el caso del pepino español. De hecho, y según recoge el 'Informe final de campaña. Sector hortícola protegido' de la Administración andaluza, desde mayo, fueron, precisamente, los tipos destinados al mercado nacional los que esta-

ban obteniendo mejores precios, e incluso, ya en pleno mes de julio, seguían haciéndolo. De este modo, mientras a mediados de julio el pepino tipo Almería, el más cultivado en la provincia, se vendía a unos 0,30 euros el kilo, el pepino corto lo hacía en torno a 0,40 euros. El francés, por su parte, superaba los 0,60 euros por kilo comercializado en las bastas de la provincia.



■ Tabla que muestra la evolución del precio del pepino. / JUNTA DE ANDALUCÍA



■ Agricultor recolectando pepino en su finca. / FHALMERÍA

Pepino
Caronte,
 Top en producción
 en siembras
 medias-tardías

fito

www.semillasfito.com

MÁS CALIDAD DURANTE MÁS TIEMPO

El color intenso de Lydia RZ durante todo el ciclo facilita su venta a los primeros cortes

Este buen color de la nueva variedad de berenjena rayada de Rijk Zwaan permite a las comercializadoras cerrar con sus clientes programaciones anuales, gracias a que Lydia RZ mantiene una buena calidad de fruto hasta el final del cultivo

■ Isabel Fernández

Lydia RZ es la nueva variedad de berenjena rayada de Rijk Zwaan que destaca, sobre todo, por “mantener el color intenso del fruto desde el principio hasta el final del ciclo de cultivo”, explica Alberto Domingo, especialista de Cultivo de Berenjena de la empresa. Así, comenta que, gracias a ese buen color durante todo el ciclo, “las comercializadoras que cierran un programa anual con un cliente saben que le van a poder ofrecer un producto de mucha calidad durante todo el tiempo”.

Sin embargo, este buen color de Lydia RZ no sólo supone una ventaja para las comercializadoras, sino también para los propios agricultores. “Ahora mismo, es mucha la diferencia en precios que existe entre una partida de berenjena al primer corte y otra que, por ejemplo, se venda al tercer corte”, apunta Alberto Domingo y añade que, gracias a Lydia RZ, “todos los agricultores que lleven este producto a la alhóndiga estarán llevando una berenjena de mayor calidad” y, por tanto, eso se traducirá en mejores precios para su género.

Lydia RZ está recomendada para trasplantes de mediados de agosto a mediados de septiembre. Cuenta con una planta vigo-



■ Lydia RZ da la posibilidad hacer un ciclo largo de berenjena. /FHALMERIA

rosa y con una hoja algo más pequeña, lo que permite una mejor aireación de la planta y evita problemas de podredumbre. Asimismo, tiene una gran conservación postcosecha. En cuanto a sus características organolépticas, Do-

mingo señala que “preserva las mismas características que Angela RZ”, la otra rayada de Rijk Zwaan, como son “su carne blanca o su menor absorción de aceite”. Además, y a diferencia de Angela RZ, “es una berenje-

na un poco más corta y con bastantes menos espinas”.

Por otro lado, y en lo que respecta al manejo, “puede que Lydia RZ sea más fácil de cultivar”, ya que los agricultores no tendrán que preocuparse por la pérdida de color de su fruto.

Lydia RZ y Angela RZ, las dos rayadas de Rijk Zwaan, son “complementarias”. Ya que, para quienes busquen un ciclo corto, “Angela RZ concentra más la producción” y “ofrece una muy buena calidad cuando comienza a producir”, mientras que Lydia RZ está dirigida a aquellos agricultores que busquen hacer un ciclo más largo, con trasplantes en agosto y septiembre y manteniendo el cultivo hasta abril o mayo. En todo este tiempo, “Lydia RZ mantiene el color”.

Con respecto al resto de variedades de la empresa, tanto Thelma RZ como Leticia RZ “siguen cosechando éxitos” y, de hecho, “Thelma RZ está teniendo un crecimiento moderado”, mientras que, “con Leticia RZ, hemos tenido un incremento sustancial con respecto al año pasado”. Thelma RZ está indicada para siembras más tempranas y destaca, sobre todo, por su producción uniforme y su calidad de fruta, así como por la ausencia de espinas, lo que mejora su pos-

El nuevo pie para berenjena acorta el entrenado y germina muy bien

Desde Rijk Zwaan están dando a conocer, además, un nuevo portainjerto para berenjena, 67-403 RZ, que destaca, fundamentalmente, porque “acorta el entrenado” y, además, “germina muy bien en semillero”, explica Domingo, lo que permite acortar los plazos del injerto de forma considerable. Aporta resistencias a nematodos y fusarium, pero, sobre todo, “una planta con vigor y crecimiento sostenido”. Este portainjerto de buena germinación en semillero, supone, además de menores costes de semillero para el agricultor, también menores costes para el propio semillero, ya que “si antes tenía que echar una bandeja de 150 plantas y nacían 80, ahora no tendrá tal pérdida”.

tcosecha. Leticia RZ, por su parte, cuenta con una producción constante durante todo el invierno y, además, mantiene un fruto de calidad, de color muy oscuro y brillante, incluso con bajas temperaturas.

EN AUGE

Aumenta la berenjena injertada en los ciclos de cultivo de invierno

■ I. F. G.

El injerto en el cultivo de berenjena está en auge, sobre todo en los cultivos destinados a un ciclo de invierno, puesto que el injerto le aporta a la planta un mayor vigor que, a la larga, puede traducirse en un aumento de producción. Esta técnica de cultivo está más que asentada en otras producciones, como es el caso, fundamentalmente, del tomate; sin embargo, en plantacio-

nes como la de berenjena crece de una forma un tanto más moderada.

El injerto, además de un mayor vigor a la planta, le permite prevenir la afectación de enfermedades de suelos, así como prevenir la pérdida de raíz que suele tener la berenjena. Por todo ello, no es de extrañar que los agricultores, cada vez más, se estén decantando por esta práctica que, si bien supone unos costes de producción algo mayores al

inicio del cultivo, también lo es que le otorga a la planta un aspecto mucho más saludable y, al final, hace posible mantener un cultivo de calidad durante más tiempo.

Así las cosas, no es de extrañar que, en las próximas campañas, el injerto en este cultivo siga aumentando. Hasta la fecha, sus buenos resultados en otros cultivos lo avalan y todo apunta a que, también en berenjena, puede ser una buena alternativa.



■ Ayuda a prevenir la pérdida de raíz. /FHALMERIA



Especial 'FEEL BLUE'



Manglar RZ, Pradera RZ y Litoral RZ
La gama 'Feel Blue' contra el oídio y "amarilleo"

Son el resultado de la evolución durante los últimos 13 años de las mejores variedades de pepino de Rijk Zwaan

EVOLUCIÓN HISTÓRICA

evolu

1999

2000

2001

2002

2003

2004

2005

2006

1999

“Albatros RZ, Virginia RZ y Palmera RZ” son el referente de producción y calidad en pepino largo.

2007

Se p
dife
con

2000

“Virus de las Venas Amarillas” (CVYV) provoca grandes daños en la producción de pepino.

2011

• La
co

2001

“Burgos RZ, Sydney RZ y Brasilia RZ” son una respuesta contundente

2005

con **Resistencia alta** a las “Venas Amarillas”.



blueleaf

• La
S
P
B

2006

“Virus del Amarilleo” (CYSDV) incrementa de manera alarmante su presencia en cultivos de pepino, disminuyendo la calidad y producción en las variedades sensibles.

2012

El O
mar
bido
red
los t



Evolución

2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013

Se plantean dos estrategias diferentes en la lucha contra el "Amarilleo":

La Resistencia Vertical con **Jungla RZ**

La gama **blueleaf**:

Sendero RZ

Paisaje RZ

Boreal RZ

El Oidio (ceniza) actúa de manera más agresiva debido entre otras cosas, a la reducción generalizada de los tratamientos foliares.

2013

La respuesta segura a los problemas que pueden afectar a tu cultivo de pepino.



Alta Resistencia a Oidio (ceniza).

Dando como resultado cultivos más sanos, con mayor producción y frutos de mayor calidad.

Manglar RZ

Pradera RZ

Litoral RZ

NUEVA GAMA DE VARIEDADES

'Feel Blue': Pepinos azules, sin "amarilleo", resistentes al oídio

Las tres variedades de la nueva gama de Rijk Zwaan son: "Pradera RZ", para temperaturas extremas; "Manglar RZ", es un temprano de largo recorrido, y "Litoral RZ", que aporta seguridad en ciclo medio

■ CIA

Rijk Zwaan ha presentado una nueva gama de pepinos para la próxima campaña con alta resistencia a oídio y "Virus del Amarillo". La base inmediata de estas variedades es la gama 'Blue Leaf' que tanto ha dado que hablar en las dos últimas campañas agrícolas en Almería por su extraordinario rendimiento. Pero el trabajo para llegar hasta las variedades de 'Feel Blue' (así se denomina la nueva gama de variedades) se inició entre finales de la década de los 90 y principios del año 2000.

En 1999 las variedades "Albatros RZ", "Virginia RZ" y "Palmera RZ" son el referente de producción en pepino largo en la provincia de Almería hasta que el "Virus de las Venas Amarillas" produce grandes mermas en pepino y los agricultores son reacios a sembrar esta hortaliza por temor a pérdidas casi seguras.

Ante un panorama nada positivo para el campo y especialmente para los productores de pe-



■ Las producciones de 'Feel Blue' aseguran una alta producción a lo largo de todo el ciclo. /FHALMERIA

pinos de exportación, la multinacional Rijk Zwaan pone en el mercado las variedades "Burgos RZ", "Sydney RZ" y "Brasilía RZ", suponen una respuesta contundente con alta resistencia a

las "Venas Amarillas". Estas variedades son una respuesta convincente para los productores desde 2001 hasta 2005.

El año 2006 resultó ser devastador para el cultivo de pepino.

El "Virus del Amarillo" se extiende de forma alarmante y acaba con todas las variedades sensibles.

Ante la dramática situación que afectaba a este cultivo, se plan-

tean dos estrategias diferentes de lucha contra el "Amarillo": resistencia vertical con la variedad "Jungla RZ" y la gama 'Blue Leaf' con "Boreal RZ", "Paisaje RZ" y "Sendero RZ".

En el año 2012, el oídio (ceniza), que ha convivido con todas las variedades de pepino desde su inicio en el campo almeriense, se muestra más agresivo. Los cultivos notan el feroz ataque de esta enfermedad debido en gran parte a la reducción generalizada de los tratamientos foliares que tenían a la planta más o menos protegida de los ataques de la tan temida "ceniza".

Llegados a este punto, en Rijk Zwaan centraron sus ensayos en conseguir en una sola gama de variedades la solución definitiva para los agricultores. La respuesta al "Virus del Amarillo" y al oídio se denomina 'Feel Blue' que anula las propiedades de las variedades anteriores con una alta resistencia a oídio. La gama está integrada por "Manglar RZ", "Pradera RZ" y "Litoral RZ".

Rijk Zwaan ha liderado el mercado del pepino de exportación en los últimos 15 años de forma absoluta en Almería.

PARA TEMPRANO

"Pradera RZ" es una variedad que soporta bajas temperaturas

Entre las nuevas variedades que ha puesto en el mercado Rijk Zwaan para la próxima temporada, destaca "Pradera RZ". Es un pepino para soportar temperaturas extremas. Consigue entrar rápidamente en producción y está preparado para un ciclo largo.

Su siembra está prevista para temprano y se comercializará bajo la denominación 'Feel Blue' que define a aquellas variedades que conservan las ventajas de la gama anterior, denominada 'Blue Leaf' más alta resistencia a oídio.

Con esta propuesta, los ingenieros de la multinacional de semillas quieren ofrecer a los productores una variedad que asegure pepinos de calidad y en cantidad gracias a que no se pierde producción a causa del oídio o el virus que más daño hace al pepino, el denominado del "amarillo".

Para aquellos productores que conocen la gama 'Blue Leaf', estas variedades van a suponer una continuidad mejorada. Desde Rijk Zwaan han dejado entrever su satisfacción por el resultado de estas variedades.

PARA TEMPRANO

"Manglar RZ" es un temprano de largo recorrido

El segundo en la lista de las variedades 'Feel Blue' es "Manglar RZ". Está diseñado para ser un temprano de largo recorrido para los agricultores que gustan de cuidar la cosecha y apurar rebrotes de calidad.

Esto es posible porque en los ensayos se ha mostrado altamente tolerante a la quema de cogollos. Además, ha mostrado una gran capacidad para mantener la producción continuada durante todo el ciclo.

Al igual que las otras dos variedades, contiene las ventajas de 'Blue Leaf' y una alta resistencia al oídio. Los expertos en producción de pepino buscan este tipo de variedades que resisten bien las frías temperaturas del invierno. Los datos de rentabilidad del pepino en la última campaña van a centrar la atención de los agricultores en este tipo de variedades.

PARA MEDIO

"Litoral RZ" ofrece seguridad en ciclo medio

El último de la gama resistente a "amarillo" y oídio es "Litoral RZ". Es un pepino especialmente diseñado para ciclos medios gracias a su gran capacidad de rebrote y alta producción en caña.

Su fruto es estriado, de cuello redondo y acanalado, lo que le permite tener un aspecto muy comercial de principio a fin. Estas características lo hacen muy cómodo para comercializarlo evitando problemas una vez que entre en la cadena de alimentación.

Las tres variedades de Rijk Zwaan son una apuesta segura para los productores de pepino.

El pasado año, según datos de la Junta de Andalucía sobre la última campaña agrícola, los agricultores de pepino recibieron un 28 por ciento más por sus producciones. La Junta ha tomado como referencia la campaña inmediatamente anterior. Por otra parte, el mercado que más ha consumido este producto es el alemán, quedando así atrás aquellos problemas derivados de la bacteria E. coli, que tantos quebraderos de cabeza causaron a los exportadores almerienses.

Gama calabacín
Kasos
+
Cronos
+
Prometheus

AHORRO=K+C+P
La fórmula del ahorro



syngenta®

www.syngenta.es / El logo de Syngenta es una marca registrada de Syngenta Group Company.

Syngenta Seeds ha trabajado con rigor y cuidado en la redacción de este folleto. De acuerdo con los requerimientos para el registro, las variedades mencionadas han sido probadas para resistencias enfermedades específicas. Sin embargo, todas las resistencias mencionadas se refieren sólo a razas o patologías indicadas en las variedades y por tanto pueden existir o desarrollarse otras razas o tipos de patologías. Es por ello, que la información en este folleto tiene que ser únicamente una guía general y el usuario debe aplicarlo de acuerdo con sus propios conocimientos y experiencias de las condiciones climáticas locales. Syngenta Seeds no se hace responsable de los resultados obtenidos siguiendo las recomendaciones e indicaciones contenidas en este folleto ya que en su aplicación pueden intervenir numerosos factores que escapan a su control (condiciones climáticas, prácticas culturales, etc.). En caso de duda recomendamos que se lleve a cabo una producción de ensayo a pequeña escala para determinar cómo las condiciones locales pueden afectar a la variedad.

TM

CALIDAD DE FRUTO, PRODUCCIÓN Y RENTABILIDAD

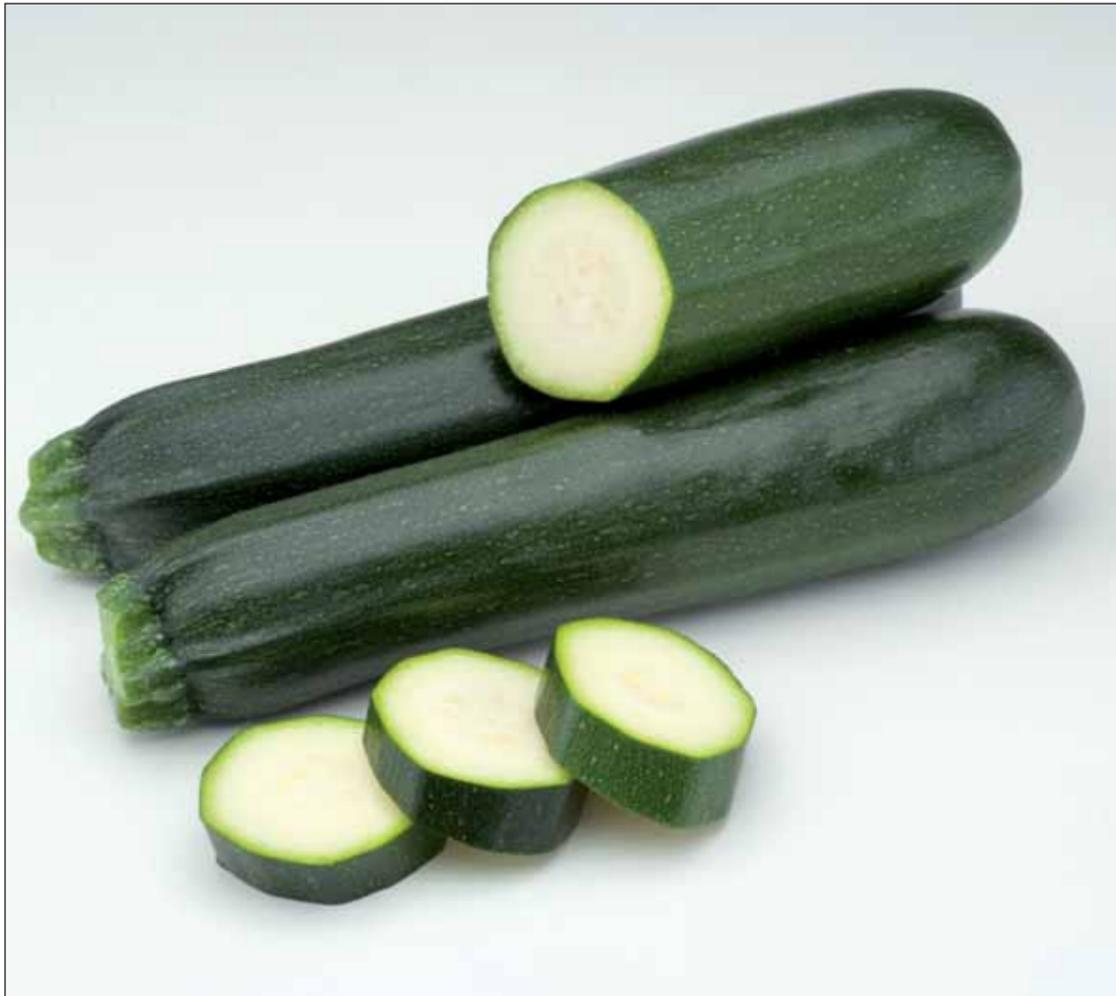
Kasos, Cronos y Prometheus reducen el gasto en mano de obra y aumentan la rentabilidad

El porte abierto de sus plantas facilita una mejor aireación e iluminación, mientras que su entrenudo corto reduce el entutorado

■ Isabel Fernández

Kasos, Cronos y Prometheus son las propuestas en calabacín de Syngenta para la próxima campaña. Unas propuestas que, tal y como explica Francisco Morales, jefe de Producto de Cucurbitáceas de la empresa, van muy orientadas a la búsqueda de la “calidad de fruto, la producción y la rentabilidad” para el agricultor. Para ello, las tres variedades, cada una de ellas para un ciclo diferente de plantación, cuentan con una planta muy abierta, así como de entrenudos cortos, más que el resto de variedades que hay en el mercado actualmente. En lo que respecta a esa planta más abierta, facilita, en primer lugar, una mejor aireación del cultivo, así como una mejor iluminación, algo que, al final, redundará en una mayor producción y un fruto de mayor calidad. Asimismo, y en relación a ese entrenudo más corto, hace posible que “nuestras variedades se entutoren menos que otras”, con la consiguiente reducción en costes. Junto a ello, a la hora de recolectar, “nuestras variedades muestran muy bien la fruta, no tienen una cobertura vegetativa que haya que apartar y que resulta muy molesta”.

Kasos es la novedad en esta campaña. Esta variedad está recomendada para siembras de mediados de julio hasta mediados de agosto, gracias a su “muy buena adaptación a las altas temperaturas”. Según Francisco Morales, “es una variedad muy, muy compacta, con el entrenudo más corto que he visto, lo que la hace muy erecta”. Esto, continúa, “nos va a permitir, en algunos casos, y en comparación con otras variedades que hay en el mercado, una reducción en el entutorado de la planta de hasta el 65%”. De hecho, “tenemos un agricultor que, en esta campaña, ha entutorado Kasos sólo



■ Kasos, novedad este año, tiene un calibre muy comercial, fruto muy oscuro, que rellena muy bien y con una buena postcosecha.



■ Su planta destaca por su porte muy abierto y un entrenudo muy corto.

ducción va a ser muy buena”. Por último, Francisco Morales apunta que, tras muchos ensayos, “estamos seguros de que podemos ampliar el marco de plantación de Kasos, es decir, el número de plantas por metro cuadrado, y aumentar así la rentabilidad del cultivo aún más”.

CRONOS Y PROMETHEUS

Por otro lado, Cronos es una variedad ya más que consolidada en el campo. Está indicada para trasplantes de mediados de agosto a mediados de septiembre y destaca, sobre todo, por “ser una planta muy productiva, con una alta calidad de fruta, muy oscura, y con una buena conservación postcosecha”. A diferencia de otras variedades en su segmento, Cronos, “al ser una planta muy abierta y a la que le entra mucha luz, tiene un color de fruta homogéneo, es decir, verde en todo el fruto” y “no le pasa como a otras variedades, que pueden ser verdes por arriba, pero donde no les da la luz están amarillentas”. Al igual que Kasos, “su entrenudo más corto hace que la planta no vuelque tanto y el agricultor no necesita ponerle tantas guías”.

tres veces, mientras que tuvo que hacerlo nueve veces con una variedad de la competencia”.

La mejor aireación e iluminación que permite la estructura abierta de Kasos hace que “tengamos una gran calidad de fruto”, con calabacines que cuentan con un calibre comercial, que rellenan muy bien, tienen mucho brillo y una conservación postcosecha muy buena. Asimismo, y en lo que respecta a las resistencias, esta variedad cuenta con resistencia intermedia a oídio, algo muy importante teniendo en cuenta que, tanto en otoño como en primavera, las condiciones suelen ser idóneas para esta enfermedad.

Kasos tiene, por otro lado, un manejo diferente al del resto de variedades en su segmento. “Necesitamos nitrogenar más y, además, necesitamos aplicar el porro en la flor y no en la cabeza”, explica Morales, quien afirma que, “con este manejo que recomendamos desde Syngenta, estamos seguros de que la planta va a ser más productiva y la calidad de esa pro-

Por último, Prometheus es una variedad indicada para plantaciones de mitad de septiembre a mitad de octubre y que, campaña tras campaña, “está creciendo”. Y lo que es más importante aún, “esperamos que este año crezca aún más, gracias al buen comportamiento que está teniendo”. En comparación con otras variedades para este mismo segmento, “sigue siendo una planta muy abierta y con un entrenudo más corto que las demás”. Junto a esto, “es una planta muy productiva y que mantiene una muy buena calidad de fruta durante todo el ciclo”. De hecho, el jefe de Producto de Cucurbitáceas de Syngenta detalla que, en esta campaña, “hemos tenido un agricultor que trasplantó Prometheus el 20 de diciembre y, debido a los buenos precios, dejó el cultivo hasta el mes de junio, consiguiendo 15 kilos por metro, una producción altísima”. Y lo que es más importante aún, “una producción de calidad”, concluye Francisco Morales.

PARA UN CICLO DE INVIERNO

Kantaka ofrece una producción más rápida y de calidad hasta el final

Esto es así gracias al porte de su planta, más abierto y compacto, que permite una mayor entrada de luz y aire, previniendo enfermedades

■ Isabel Fernández

Kantaka es una variedad de pepino tipo Almería de Syngenta indicada para trasplantes entre el 15 de septiembre y el 15 de octubre y que destaca, sobre todo, por “su estructura de planta”, según afirma Francisco Morales, jefe de Producto de Cucurbitáceas de la empresa. De este modo, explica que “Kantaka tiene una estructura muy abierta, porte muy compacto y unas hojas muy pequeñas”; todos ellos factores que favorecen “una altísima calidad de fruta”.

La estructura abierta de Kantaka facilita, por un lado, la entrada de la luz en la planta, con lo cual “obtenemos un fruto verde muy oscuro, acanalado y con una forma excelente, sin cuello de botella, y que rellena muy bien”. Asimismo, esta estructura favorece la aireación de la planta, “haciendo que tengamos menos problemas con enfermedades fúngicas”. Pero, por si todo esto fuese poco, “los agricultores que llevan años poniendo Kantaka han destacado su rapidez en la producción”, afirma el jefe de Producto de Cucurbitáceas de Syngenta, algo que



■ Su fruto es oscuro, acanalado y no presenta cuello de botella.

también viene favorecido por esa particular estructura de la variedad.

En este sentido, Morales explica que, “cuando el cultivo se encuentra a pleno rendimiento, hace el fruto mucho más rápido y esto permite obtener una mayor producción”. De este modo, señala que “todos los agricultores que han tenido Kantaka destacan que da pepinos muy rápido, con muy buena calidad y, además, con una alta producción también de calidad al final del ciclo”. Tanto es así que, “se está convirtiendo en un referente” y, es más, “hay productores que comercializan di-

La variedad permite aumentar su marco de plantación

“Con una variedad muy vegetativa, a nadie se le ocurre poner más de 10.000 plantas por hectárea, pero la estructura de Kantaka lo permite”, comenta Francisco Morales, quien explica que, en Syngenta, trabajan ya en la posibilidad de incrementar el marco de plantación para obtener mayor rentabilidad.

rectamente sus productos, sin intermediarios, y que comienzan a apreciar mucho Kantaka, ya que saben que no les va a dar ningún problema en destino”. Y es que, “la fruta está cumpliendo con los parámetros más altos de calidad exigidos para la comercialización”.

Las peculiaridades de la planta de Kantaka hacen necesario, además, un manejo del cultivo diferenciado del resto de variedades que existen en su segmento. De este modo, “necesita un abonado más rico en nitrógeno”, ya que, a diferencia de otros pepinos, “que hay que llevarlos frenados porque son muy vegetativos, Kantaka necesita todo lo contrario, puesto que es una planta poco vegetativa y muy productiva”. Por último, Kantaka cuenta con un sistema radicular muy potente que le permite absorber mejor los nutrientes y, además, evita la aparición de problemas de raíz. Junto a ello, presenta “muy buen comportamiento frente al virus del amarilleo”.

Desde su llegada al mercado, hace ya tres años, “hemos crecido todos los años”, explica el jefe de Producto de Cucurbitáceas de Syngenta y añade que, para la próxima campaña, “creemos que vamos a crecer de forma considerable”. Y es que Kantaka conjuga a la perfección una alta producción con buena calidad de fruto hasta el final del ciclo.

AFIANZADO

La superficie de pepino se mantiene estable en las cinco últimas campañas

■ I. F. G.

El pepino es, si cabe, uno de los productos que ha mantenido una superficie de cultivo más estable en los últimos años. Así se desprende de los datos facilitados por la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente y recogidos en el Anuario Agrícola 2012 de fhalmería. De este modo, entre las campañas 2007/2008 y la pasada, la 2011/2012, la superficie de cultivo destinada al pepino apenas creció en 82 hectáreas, pasando de las 4.451 hectáreas en el primer año objeto de análisis a las 4.533 de hace un año.

En todo este tiempo, sólo ha habido dos años en los que la superficie ha decrecido, aunque de forma muy moderada, con respecto al ejercicio precedente. Esto ocurrió, por ejemplo, en la campaña 2008/2009, cuando se perdieron apenas 19 hectáreas de pepino con respecto a un año antes, hasta situarse la superficie total en 4.430. Volvió a ocurrir, asimismo, en la campaña pasada, cuando se perdieron 17 hectáreas de este cultivo en relación al ejercicio 2010/2011, pasando de las 4.550 hectáreas de entonces a las 4.533 de hace un año. Teniendo en cuenta estos números, queda claro que el pepino es uno de los cultivos más estables.

CAMPAÑA 2011/2012

El agricultor ganó 1 euro en cada metro cuadrado cultivado de pepino

■ I. F. G.

Los productores de pepino de la provincia ganaron, de media, en la campaña 2011/2012, 1,04 euros en cada metro cuadrado de superficie en la que cultivaran pepino. Ésta es la cifra resultante de descontar a los 3,83 euros por metro cuadrado obtenidos, según el Anuario Agrícola fhalmería, en general, los 2,79 euros por metro cuadrado que, según las fichas de costes de este

producto elaboradas por la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, costó al agricultor producir ese mismo metro cuadrado.

Entre los costes de producción del pepino destacan, sobre todo, los derivados de la semilla y el semillero, que alcanzaron durante la campaña pasada los 0,43 euros por metro cuadrado cultivado. Tras este gasto se situaron, en segundo lugar, los costes en fertilizantes, que rondaron los

0,37 euros por metro, mientras que, en tercer lugar, se situaron los gastos en fitosanitarios, incluidos los insectos auxiliares, que sumaron unos 0,31 euros por metro cuadrado.

En la campaña 2011/2012, el pepino ocupó, una vez más, el tercer lugar en el podio de las hortalizas más rentables para el agricultor, por detrás, en esta ocasión, del tomate, que derrocó al pimiento, y del pimiento, que ocupó el segundo puesto.



■ La semilla y el semillero suponen el mayor gasto para el agricultor. /FHALMERIA

GRANDES CIFRAS PARA UN TRABAJO BIEN HECHO

Hortofrutícola La Ñeca alcanzó los 9,5 millones de kilos de berenjena la pasada campaña

■ Elena Sánchez

Hortofrutícola La Ñeca ha hecho balance de la campaña que está echando el cierre en estos días y que para ellos ha supuesto 9,5 millones de kilos de berenjena. Una cifra muy alta y que lleva a esta comercializadora, también productora de berenjena y calabacín, a ser la mayor de la provincia en cuanto a esta hortaliza se refiere. De hecho, Juan Escobar, gerente y comercial de Hortofrutícola La Ñeca, asegura que “esta campaña ha sido muy alta en precios, que aunque las comercializadoras no hemos llegado a esos picos, sí que lo han logrado los agricultores, que se lo merecían después de llevar dos campañas muy malas en precios”.

La Ñeca cuenta con un total de 120 agricultores socios y gracias a los cuales tiene 85 hectáreas de berenjena y 55 de calabacín, todas ellas en lucha integrada, puesto que “nuestros productores son conscientes de que tienen que hacer una agricultura de calidad y sana, ya que a la larga será mucho mejor para todos”, indica Juan Escobar. De hecho, parece ser que las tendencias tanto de agricultores como de mercados cada vez se dejan notar más, ya que “los agricultores cada vez exigen variedades que produzcan más, durante más meses y que sean de

Se trata de la mayor productora y comercializadora de esta hortaliza de la provincia. Además, cuenta con fincas propias, por lo que tienen la ventaja de que nunca les falta género para ponerlo a disposición de sus clientes

calidad. Por otro lado, nuestro mercado es todo extranjero y aunque cada país busca un calibre específico, todos coinciden en que la calidad del fruto es esencial y que a la hora de su llegada a destino esté en condiciones óptimas para su consumo”.

BERENJENA

Cada campaña que pasa, la berenjena ofrece datos positivos en cuanto al aumento de superficie cultivada se refiere. Para Escobar, uno de los motivos que puede llevar a esta mejoría año tras año es que “se trata de una hortaliza que tiene una larga duración de producción, además de que echa muchos kilos por metro cuadrado. También es cierto que su trabajo no es nada fácil y no todos los agricultores la entienden”. Igualmente, según el gerente y comercial de Hortofrutícola La Ñeca, “la tendencia que se está tomando en el campo los últimos años de elegir berenjena o calabacín como primeras alternativas al cultivo de pimiento o tomate la marca el consumidor final, que al fin y al cabo es nuestro cliente indirecto. Por este motivo, pienso que nunca se debe dejar de trabajar y estudiar otras alternativas de cultivo”.



■ Juan Escobar, gerente y comercial de Hortofrutícola La Ñeca. /FHALMERIA

Finalmente, desde Hortofrutícola La Ñeca aseguran que su filosofía de trabajo es “darle al cliente lo que pide, por eso nosotros siempre estamos intentando que cada pedido sea perso-

nalizado y se adapte a las exigencias de nuestros demandantes. Y es que, al hacer un trabajo manual, intentamos que éste se realice del envase de campo al envase de confección”.

Además, el gerente y comercial de la empresa almeriense está seguro de que “éste va a ser el futuro de Almería, comercializadoras que tengan fincas propias”.

EN LA CAMPAÑA 2011/2012

Marruecos reduce más un 24% sus exportaciones de calabacín a la UE

■ I. F. G.

Marruecos sigue siendo uno de los grandes competidores de Almería en lo que a exportaciones de calabacín se refiere; sin embargo, y según se desprende el último ‘Análisis de la Campaña Hortofrutícola de Almería’, elaborado por la Fundación Cajamar y relativo al pasado ejercicio, el 2011/2012, el país norteafricano redujo de forma considerable sus exportacio-

nes de calabacín a la Unión Europea (UE), en concreto, un 24,3%. En cualquier caso, y según el mismo informe, la cotización media creció con respecto a un año antes, si bien no fue suficiente para compensar el menor volumen comercializado.

En total, durante la pasada campaña, Marruecos exportó a la UE 33.642 toneladas de calabacín, frente a las 44.464 de un año antes. En lo que respecta a la facturación, ésta cayó en un

11,85%, desde los 30,1 millones de euros del ejercicio 2010/2011 a los 26,6 millones del pasado año. Este país alcanzó una cuota de mercado del 9,1%.

Aún así, y pese a este paso atrás de la exportación marroquí, el informe de Cajamar insiste en la necesidad de seguir analizando su evolución, dado que “su potencial puede convertirlo en un fuerte competidor a medio plazo”.



■ Marruecos exportó más de 33.000 toneladas de calabacín el año pasado. /FHALMERIA

MUY COMERCIALES

Rijk Zwaan oferta calidad, producción y seguridad con sus variedades de lamuyo

Crucero RZ, Buke RZ y el lamuyo 35-620 RZ están perfectamente adaptados al ciclo largo y destacan por su color y conservación

■ Rafa Villegas

Rijk Zwaan cuenta en su extenso catálogo de productos con tres variedades de pimiento lamuyo que proporcionan seguridad, productividad y, no menos importante, calidad a los agricultores. Se trata de los lamuyos Crucero RZ, Buke RZ y 35-620 RZ.

Crucero RZ, como ha explicado Francisco Pino, delegado de Rijk Zwaan en Almería Oeste y Granada Este, es un pimiento lamuyo indicado para trasplantes tardíos -en el mes de agosto-. Al-

gunos productores de Berja, además, también lo cultivan de cara a la primavera, en los meses de marzo y abril.

Pino ha explicado que la variedad Crucero RZ está "indicada para productores que buscan consistencia, no es un pimiento excesivamente largo, pero sí es cabezón y muy duro; el fruto tiene mucha pared y también destaca por su corola". Estas características, unidas a su planta de vigor medio-alto, su entrenudo largo, su facilidad de cuajado, su productividad, con frutos de calibre medio-grande y el excelente color rojo vivo del pimiento, lo hacen muy comercial.

En cuanto a Buke RZ, su trasplante también está indicado para agosto. Pino ha detallado el gran tamaño del fruto y su seguridad, ya que es muy resistente al vi-

rus del TSWV y al del Tm: 0-2. Los agricultores destacan de Buke RZ que, no siendo muy grande el fruto en el primer cuaje, luego arriba mantiene el calibre, por lo que es muy homogéneo. Este lamuyo rojo goza, además, de una planta vigorosa y de porte abierto, y su fruto aguanta muy bien el transporte.

La variedad 35-620 RZ, por su parte, es "consistente, cuando lo normal en los tardíos es que tengan menos consistencia, y tiene un muy buen color, tanto en verde como en rojo", como ha asegurado Pino.

Tanto Crucero RZ, como las variedades Buke RZ y, cómo no, la 35-620 RZ son productivas, perfectas para un ciclo largo, incluso hasta mayo, y destacan por la vigorosidad de sus plantas y la conservación de sus frutos.



■ Cultivo del lamuyo rojo Buke RZ de la casa de semillas Rijk Zwaan. /FHALMERIA

Leticia RZ[®] Híbrido F1 ^{new}
El color de la calidad

Lydia RZ[®] Híbrido F1 ^{new}
Tradición listada
todo el año

Sharing a healthy future

Rijk Zwaan Ibérica | Paraje El Mami Ctra. Viator s/n | 04120 La Cañada (Almería) | T 950 62 61 90 | F 950 62 60 25 | www.rijkszwaan.es



MERCADOS EXTERIORES



■ La facturación de estas exportaciones ascendió a 91 millones de euros. /FHALMERIA

Las exportaciones de berenjena crecieron un 25% durante la pasada campaña

■ Isabel Fernández

Las exportaciones de berenjena de la provincia crecieron un 25,1% durante la pasada campaña agrícola, según recoge el 'Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería. Campaña 2011/2012', elaborado por el Servicio de Estudios de la Fundación Cajamar. Entonces, la provincia comercializó en los mercados exteriores 112.356 toneladas de este producto frente a las 89.833 de un año antes. Todo este género exportado sumó una facturación de 91 millones de euros, un 18,7% más que en la campaña precedente, cuando la facturación de las exportaciones de berenjena de Almería ascendió a 76,7 millo-

La provincia comercializó en el exterior más de 112.000 toneladas de este producto, cifra superior, incluso, al total exportado por el resto de España, que se situó en unas 107.000 toneladas. Almería lidera, de este modo, el mercado europeo de berenjena

nes de euros. De este modo, las exportaciones de berenjena continuaban la tendencia ascendente iniciada dos años antes.

Con estos números, la berenjena se convirtió en el producto que más incrementó sus ventas al exterior durante la pasada campaña y en ello tuvo que ver el aumento de los envíos a Alemania, principal comprador de las hortalizas de Almería. De hecho, el germano fue uno de los mercados que más aumentó su compra de berenjena de Almería, aunque quizás no tanto como el italiano. Y es que Italia se hizo durante la campaña pasada con

un 60,6% más de berenjena que un año antes. Este producto de Almería comenzó, por tanto, a tener un hueco más que interesante en este mercado.

Los mercados de exportación tienen, de este modo, una gran importancia para este producto almeriense; de hecho, sólo durante la campaña pasada, la provincia exportó el 60% del total de su producción de berenjena, que ascendió a 187.675 toneladas, según los datos de la Administración andaluza.

Todos estos datos ponen de manifiesto la fortaleza que, sobre todo en los últimos años, está

adquiriendo este producto en el campo almeriense. Y es que a nadie se le pasa por alto que, gracias a unos menores costes de producción, la berenjena se ha convertido en uno de los llamados cultivos refugio en la provincia, una alternativa perfecta para quienes huyen de producciones más caras, como pueden ser el pimiento o el tomate. Pero aún hay un dato más que pone de relieve ese auge de la berenjena en las últimas campañas.

PRINCIPAL EXPORTADOR

Almería es la principal exportadora de berenjena de España. Así se desprende del citado informe de Cajamar, que destaca que, durante la pasada campaña, las exportaciones de España, excluidas las de Almería, de este producto sumaron en torno a 107.000 toneladas, unas 5.000 menos que las de la provincia. De entre los competidores Almería, destacan, de este modo, el resto de regiones productoras españolas que, además, incrementaron sus envíos al exterior en un 14,1%, casi la mitad que la provincia, durante la pasada campaña. De este modo, y al igual que la provincia reforzó durante el año pasado la tendencia ascendente iniciada hace

dos ejercicios, en el caso del resto de España, también continuaron con la tendencia positiva que arrancó en la campaña 2008/2009.

Junto al resto de zonas productoras nacionales, Holanda se situó en 2011/2012 como el segundo gran competidor de Almería, aunque a gran distancia tanto de la provincia como del resto del país. Así, y según los datos recogidos por el informe de Cajamar, durante el pasado ejercicio, este país exportó al resto de Europa en torno a 35.000 toneladas de berenjena, apenas una tercera parte de las exportaciones de Almería; en cualquier caso, esta cifra fue ligeramente superior a la de un año antes. Asimismo, y según recoge el citado informe, Holanda alcanzó sus mayores cuotas de mercado en los meses de septiembre y junio, justo cuando comienza y termina, respectivamente, la campaña en Almería, con lo cual la coincidencia de calendarios es muy pequeña.

La berenjena almeriense se consolidó, de este modo, como uno de los productos que más 'alegrías' dio a las comercializadoras de la provincia hace un año y todo apunta a que esta situación perdurará en el tiempo.



■ El mercado italiano incrementó sus compras más de un 60%. /FHALMERIA

NOVEDAD

Med Hermes presenta su nuevo calabacín, Tecla F1, muy productivo y precoz

■ CIA

Este producto se suma a Tinia F1, ya presente en el catálogo de semillas de la empresa mediterránea y que tan buena acogida, por sus buenos resultados, ha tenido por parte de los productores de la provincia de Almería

Dando muestra, de nuevo, de su potencial en investigación y desarrollo de nuevas variedades, Med Hermes cuenta para esta campaña 2013-2014 con una nueva variedad registrada. Se trata de la variedad de calabacín para plantaciones tempranas y de primavera Tecla F1.

Esta variedad es muy precoz y registra una alta productividad, dando lugar a frutos de color verde oscuro, con un brillo muy elegante y de fácil recolección gracias a su pedúnculo grueso. Los frutos de la variedad Tecla F1 se caracterizan también por ser muy homogéneos (sin sufrir curvado), cilíndricos y con una longitud de entre 18 a 24 cm., sin olvidar un excelente comportamiento en postcosecha.

La planta de Tecla F1 se caracteriza por ser una planta de vigor medio y de entrenudo corto. Se adapta muy bien a plantaciones de agosto-septiembre y también en primavera, desde enero hasta marzo. Cuenta con resistencia intermedia al virus del mosaico amarillo del calabacín (ZYMV) y también a oídio (Px / Gc).

Las características de la variedad de calabacín Tecla F1 la hacen ser muy apreciada por las empresas dedicadas a la exportación de calabacín, ya que la calidad y la homogeneidad de sus frutos la convierten en una va-



■ Primer plano de Tinia F1 en un invernadero de la provincia. /FHALMERIA



■ Otra imagen de Tinia F1, calabacín que tanto ha gustado en el campo. /FHALMERIA

riedad ideal para ser manipulada y envasada sin problemas, pudiendo colmar las expectativas de los mercados más exigentes.

Por otra parte, Tecla F1 también es una variedad que satisface al agricultor gracias a su gran productividad, entrenudo corto, fácil recolección y rusticidad de la planta.

Tecla F1 viene a acompañar a Tinia F1 en la oferta de variedades de calabacín de Med Hermes.

Tinia F1 se caracteriza por ser una variedad de calabacín verde oscuro y brillante, con un fruto cilíndrico muy homogéneo y elegante, con una cicatriz floral pequeña y fácil de recolectar.

Los frutos son muy rectos, homogéneos en su forma y con una

longitud en torno a los 23 cm. Los frutos de Tinia F1 se caracterizan principalmente por poseer una pulpa densa y fibrosa que hace que el fruto sea bastante pesado y con una vida postcosecha muy por encima de la media.

En cuanto a la planta de Tinia F1, ésta resiste muy bien las bajas temperaturas del invierno, lo que hace que sea ideal para plantaciones desde octubre hasta diciembre. Además, tiene un buen vigor, un porte erecto y entrenudos cortos. Pero su principal característica es que es una planta bastante fibrosa (bajo contenido de agua en los tallos y hojas) muy abierta y con muy poca frondosidad, lo que convierte a Tinia

F1 en una planta muy bien adaptada a las condiciones de cultivo en invierno. Estas características le permiten una mejor iluminación de toda la planta y mejor ventilación dentro de las líneas de cultivo, con lo que se consigue un mejor comportamiento frente a ataques de hongos y bacterias que son muy críticos en estas fechas de cultivo. Aparte cuenta con resistencia intermedia al virus del mosaico amarillo del calabacín (ZYMV) y a oídio (Gc / Px)

Por todo lo anterior, Tinia F1 es valorada muy positivamente tanto por las empresas exportadoras de calabacín gracias a la calidad del fruto y su excelente vida postcosecha, como por los

agricultores, debido a las soluciones de manejo, producción y vida postcosecha que ofrece.

Con la incorporación de estas variedades de calabacín, Med Hermes amplía y diversifica su catálogo a otras especies hortícolas además del tomate, donde la empresa ya tiene un buen posicionamiento. Además, Med Hermes cuenta con una fuerte investigación, bastante avanzada en el segmento del pimiento California y el melón piel de sapo, lo que hace que esté muy próxima la fecha de lanzamiento de novedades en estos segmentos.

Todo esto hace que el proyecto de Med Hermes se consolide campaña tras campaña en el mercado español.

TECLA F1
medio precoz
calabacín verde oscuro
calibre 18-24 mm

TINIA F1
medio precoz
calabacín verde oscuro
calibre 14-23 mm

www.medhermes.net | MedHermes SIEMBRA TU ÉXITO

GASTRONOMÍA

Brocheta de salmón y pepino

Ingredientes para 4 personas:

- 800 gr. de salmón
- 4 pepinos tipo Almería
- 200 ml de vino blanco seco
- 3 cucharadas de salsa de soja
- 100 gr. de semilla de amapola
- 1 cucharadita de azúcar • Sal
- 50 gr. de mantequilla o 50 ml de aceite

Quitar las espinas al salmón y cortarlo en tacos. Pelar los pepinos y cortarlos también en tacos. Poner sal. En un recipiente ancho mezclar el vino, la salsa de soja, la semilla de amapola, el azúcar y la mantequilla fundida o el aceite. Se pone el salmón y el pepino, se deja marinar al menos 1 hora en el frigorífico.

Se hacen las brochetas, alternando el salmón y el pepino. Áselos, preferentemente sobre carbón vegetal, dando vueltas a las brochetas, hasta que el salmón quede ligeramente dorado, durante el asado regar la brocheta con la marinada. Se acompaña con salsa chantilly (mahonesa a la que se añade nata montada).



Calabacines rellenos Almerimar

Ingredientes para 4 personas:

- 4 calabacines.
- 4 tomates maduros
- 2 dientes de ajo • 1 cebolla
- 100 gr. de arroz
- 800 gr. de carne de pescados de roca (Gallineta, Rascacio, etc...)
- 1/2 litro de salsa crema.
- 100 gr. de queso rallado • sal y pimienta

Ingredientes para la salsa crema

- 25 grs. de mantequilla
- 30 grs. de harina
- 100 ml. de nata

Cocemos el arroz y lo refrescamos en agua fría.

Preparamos la salsa crema de la siguiente forma: hacemos una salsa bechamel con la mantequilla y la harina, dejamos cocer y le añadimos la nata. Ligamos bien y dejamos reducir un poco.

Cortamos los calabacines longitudinalmente en dos mitades, les damos un hervor y los vaciamos. Se pone la cebolla a rehogar con el ajo y se añade el tomate previamente pelado, sin pepitas y cortado en dados, cuando el refrito esté hecho se añade el pescado desespinao, la carne del calabacín, el arroz cocido y se deja hacer. Rellenamos los medios calabacines con la mezcla y napamos con la salsa crema, ponemos queso rallado y gratinamos hasta que se dore el queso.

Nota: Podemos emplear calabacines normales o redondos.

Pintxo de berenjena y calabacín con gulas, huevas de trucha y mermelada de pimiento amarillo

Ingredientes para 4 personas:

- 4 rodajas de berenjena
- 4 rodajas de calabacín
- 1 pimiento rojo
- 1 paquete de "gulas"
- Aceite de oliva
- 1 diente de ajo en rodajas finas
- 1 guindilla
- 1 bote de huevas de trucha
- 1 bolsa de tinta de calamar
- 8 ramas de rúcula

Mermelada de pimiento amarillo:

- 100 gr de pimiento amarillo
- 100 gr de azúcar • unas gotas de zumo de limón • una pizca de vainilla

Cortar la berenjena en rodajas, enharinar, freír y escurrir bien. Cortar el calabacín y marcar en la plancha o dorar en sartén antiadherente. Asar el pimiento y cortarlo en trozos. En una sartén poner aceite y freír el ajo en láminas y la guindilla, poner las gulas y darles unas vueltas. Escurrir el aceite, y en el mismo diluir la tinta de calamar. Montaje del plato: Con una brocha mojar en la tinta y marcar un brochazo en dos lados del plato. Colocar la rodaja de berenjena en el centro, encima de la misma el pimiento, el calabacín y encima las gulas y las huevas de trucha. Decorar con rúcula y poner alrededor un cordón de mermelada de pimiento amarillo.



Especial **ESTRUCTURAS** **DE INVERNADERO Y PLÁSTICO**



**Puesta a punto para
la cosecha 2013/2014**



PONIENTE BLANC



Ignacio:

Tel. 607 875 191

GASTOS DE CAMPAÑA

La partida que el agricultor destina al plástico aumentó un 1,9% en el ejercicio 2011/2012

Según el último Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería, de Cajamar, ese año el agricultor tuvo un gasto de 3.328 euros, de media

■ Elena Sánchez

El sector agrícola almeriense se caracteriza, en su mayoría, por contar con cultivos que se producen en invernaderos bajo plástico, estructuras que en todo momento tienen que contar con los mejores materiales para lograr una producción de calidad. Dentro de los insumos más importantes y, a la vez, también más costosos para el agricultor se encuentra el plástico, que aunque bien es cierto que se suele cambiar cada tres años, ya que éste es el periodo de vida útil que suelen tener los plásticos para invernadero, los gastos que suponen son muy altos. De hecho, según datos obtenidos del Análisis de la campaña hortofrutícola 2011/2012 de Almería, elaborado por la Fundación Cajamar, dentro de la estructura de costes, la partida destinada al plástico se incrementó en un 1,9 por ciento, según las empresas consultadas. Según el informe, la cotización media del barril de Brent fue de 112,2 dólares para el periodo objeto de estudio, lo que ha representado un aumento del 9,4 por ciento. Sin embargo, esta variación porcentual ha sido menos acusada que la que se ha venido produciendo en las dos campañas precedentes, ya que la tendencia de este parámetro durante el periodo que ocupa ha sido descendente.

Igualmente, este mismo informe detalla la importancia que supone el gasto del plástico anualmente para los agricultores, a pesar de que no se renueve este material cada campaña. Según datos de la Fundación Cajamar sobre el ejercicio 2011/2012, cada agricultor tuvo que hacer frente, de media, a un gasto de 3.328 euros por hectárea, el 5,9 por ciento de los gastos totales para poder comenzar el ejercicio agrícola. Esta cifra supone 65 euros más que lo que el agricultor tuvo que pagar en la campaña anterior por el plástico, cuando la cifra se quedó en 3.265 euros por



■ Interior de un invernadero aún sin cultivar. /FHALMERIA



■ Fabricación de plástico para la agricultura. /FHALMERIA

hectárea. Y es que, si se retrocede aún más en el tiempo, en la campaña 2009/2010, el coste medio por hectárea de este material se situó en 3.140 euros. Con todas estas cifras, lo que se ha sacado en claro es que el precio del plástico para la agricultura no ha hecho más que aumentar en las tres últimas campañas.

En la provincia almeriense se está intentando volver a reactivar el sector del plástico así como la economía de la agricultura. Mucho que ver tiene la reapertura de TPM de la mano del Gru-

po Morera&Vallejo que ha vuelto a poner en marcha Plastimer y Macresur. La actividad de ambas fábricas comenzó hace un mes, aproximadamente, y con esta acción, la provincia almeriense volverá a contar un mayor número de empresas que se dedican a la industria del plástico para la agricultura. De hecho, el Tecnómetro 2009 elaborado por TECNOVA, ya informaba que, entonces, tres empresas de plásticos de la provincia llegaron a facturar ese año, en conjunto, 159 millones de euros.



■ El plástico es uno de los insumos agrícolas más caros. /FHALMERIA

AL SERVICIO DEL AGRICULTOR

Invernaderos Ferrer tiene amplia experiencia en la construcción de todo tipo de invernaderos

Esta empresa lleva 25 años trabajando en el sector, tiempo que le ha servido para asentarse en el campo y dar así respuesta a todas las demandas de sus clientes, desde invernaderos de malla a las más modernas fincas multitúnel

■ Isabel Fernández

Veinticinco años de experiencia en el sector avalan el buen hacer de Invernaderos Ferrer, una empresa más que conocida y consolidada en el sector agrícola y que, según afirma su director gerente, Miguel Ferrer, “construimos todo tipo de invernaderos, desde los más sencillos, como pueden ser los invernaderos de malla, a un invernadero multitúnel con todos sus complementos”. Junto a ello, en Invernaderos Ferrer también hacen ‘proyectos llave en mano’.

De este modo, consiguen dar respuesta a las demandas de todos sus clientes, a los que prestan, además, un importante asesoramiento. En este sentido, Ferrer comenta que “hay agricultores que hace mucho tiempo que no construyen un invernadero y vienen a pedirnos consejo”; mientras que hay otros que tienen muy bien definido qué tipo de estructura es la que quieren. Tanto para unos como para otros, en Invernaderos Ferrer tienen soluciones adaptadas perfectamente a sus requerimientos.

Pero esta empresa ubicada en La Gangosa, en VÍcar, no sólo construye invernaderos, sino que, además, “hacemos todo tipo de mantenimiento”, como pueden ser el cambio del plástico o de



■ Miguel Ferrer, director gerente de Invernaderos Ferrer. /FHALMERIA

las canalillas. Este tipo de mantenimiento lo prestan durante todo el año.

Junto a esto, en Invernaderos Ferrer hacen renovación de estructuras, es decir, en el caso de invernaderos que se han quedado obsoletos, “construimos las antesalas, instalamos ventanas cenitales, laterales, les cambiamos el plástico...”. En definitiva, tal y como dice el lema de la empresa, “estamos al servi-

cio del agricultor” y “lo que él nos pida que le hagamos es lo que nosotros le vamos a hacer”, afirma Ferrer. Y lo hacen con todas las garantías.

Invernaderos Ferrer da a sus clientes un año como mínimo de garantía en todas sus estructuras, de modo que, si durante ese tiempo tienen algún problema, la empresa responde. “Si se ha doblado un poste en circunstancias normales o se ha roto un

plástico o, por ejemplo, la instalación tiene algún defecto”, desde la empresa se responsabilizan. Asimismo, y en lo que respecta a los materiales de forma individual, tienen garantías que oscilan entre los dos y los diez años.

Invernaderos Ferrer no sólo construye invernaderos en Almería, sino que, tal y como afirma su director gerente, “trabajamos en todos los sitios”, es

más, “estaremos allí donde haya un proyecto”. De hecho, según recuerda, “ya hemos hecho instalaciones en otros países, como pueden ser México, Colombia, Ecuador o República Dominicana”.

CAMPAÑA

El director gerente de Invernaderos Ferrer comenta que, justo en este momento, “estamos en plena campaña”. “En los meses de junio, julio y agosto, que es cuando el agricultor no tiene cultivo en la finca, es cuando puede dedicarse a hacer reparaciones o, por ejemplo, cuando puede construir un nuevo invernadero”, explica Romera.

El director gerente de Invernaderos Ferrer afirma que, en los últimos años, se han hecho más reparaciones que construcciones, pero, sobre todo, “se han hecho, y se hacen, muchas renovaciones”. En este sentido, explica que, “hay invernaderos que son muy antiguos, que se han quedado obsoletos” y, en esos casos, “lo quitamos totalmente y se hace de nuevo, con materiales diferentes y con unas características más exigentes”.

Por último, apunta que, sin lugar a dudas, el invernadero tipo Almería, el raspa y amagao, sigue siendo el más demandado por los agricultores. Y es que, según comenta, “es un tipo de invernadero muy competitivo en calidad-precio”.



if Invernaderos Ferrer S.L.

AMPLIA EXPERIENCIA EN CONSTRUCCIÓN DE INVERNADEROS TIPO ALMERÍA Y MULTITUNEL



P. I. La Gangosa - Avda. Bulevard Ciudad de VÍcar, 719. 04738 LA GANGOSA - VÍcar

Telf.: 950 34 37 03 - Fax: 950 34 90 37

Web: www.invernaderosferrer.com - Email: invernaderos@invernaderosferrer.com

- REPARACIONES Y MANTENIMIENTOS GENERALES
- ANTESALAS ■ VENTA Y CAMBIO DE PLÁSTICO
- ENARENADO ■ PROYECTOS LLAVE EN MANO

MÁS SERVICIOS

TECNOVA pone en marcha un laboratorio para el análisis de plásticos agrícolas

El objetivo del CT de la provincia es garantizar a los productores que el material que están usando cumple con la normativa

■ Isabel Fernández

El Centro Tecnológico de la Industria Auxiliar de la Agricultura-TECNOVA acaba de poner en marcha un nuevo laboratorio de análisis de plásticos para agricultura con el que pretende seguir ampliando su cartera de servicios para empresas y agricultores. Según explicaron desde el CT almeriense, “el sector de venta de plástico está sufriendo un intrusismo por parte de empresas que no cumplen con los requisitos impuestos por las normativas de calidad”; por ello, se hace necesario que el agricultor contraste y verifique sus coberturas plásticas.

Para ello, el nuevo laboratorio, que estará a pleno rendimiento este verano, está dotado para la caracterización de filmes plásticos mediante análisis composicional, evaluación de la transmisión-difusión de la radiación, contenido en cloro, hierro y azufre, además de ensayos de envejecimiento acelerado mediante el uso de una cámara que simula las inclemencias meteorológicas. Asimismo, en este nuevo laboratorio se podrán reali-



■ Interior del nuevo laboratorio de análisis de plástico de TECNOVA. /FHALMERIA

zar ensayos mecánicos, como pueden ser de resistencia a la tracción y elongación o resistencia al impacto. Todos ellos, según TECNOVA, “parámetros a tener en cuenta a la hora de verificar si un film plástico destinado a su uso en agricultura cumple con la normativa vigente”.

De este modo, empresas y agricultores podrán realizar un control de calidad de sus plásticos. Y es que TECNOVA, gracias a su nuevo laboratorio, cumple con una importante demanda existente en el sector provincial y es la necesidad de realizar análisis del contenido de hierro, cloro y

Seis empresas más se acaban de unir al Patronato

La Fundación TECNOVA sigue creciendo y, de hecho, recientemente se han incorporado a su Patronato seis nuevas empresas: Agrofresh Exportación de Frutas y Verduras, Biosabor SAT, Unica Group, Caparrós Nature, Certis Europe y, por último, Serfruit S.A.

azufre de los residuos de tratamientos fitosanitarios que se aplican en el invernadero y que, a la larga, pueden condicionar la vida útil del plástico.

En cualquier caso, este laboratorio no sólo prestará servicio a los agricultores y empresas de Almería, sino que, tal y como apuntaron desde el CT almeriense, también podrán recurrir a él productores de toda Andalucía y del Levante español que “requieran de un servicio objetivo y contrastado del uso de los plásticos para saber que cumplen con las normativas de calidad exigida”.

ADESVA

Un plástico que se destruye sin contaminar, realidad en 2015

■ CIA

Investigadores del Centro de la Agroindustria ADESVA han desarrollado un plástico agrícola que se destruye sin contaminar el medio ambiente y que se podría aplicar de forma comercial a partir de 2015. De momento, ya se han realizado pruebas en cultivos reales con agricultores de la provincia de Huelva y todo apunta a que es posible que, en unos dos o tres años, su uso se pueda extender. Asimismo, hasta la fecha, todos los ensayos han sido positivos, incluso los realizados con la Universidad de Lisboa y con diferentes empresas para adaptar los distintos plásticos a los diferentes cultivos.

Según explicaron desde ADESVA, este plástico se integra en el terreno, de forma que se disminuyen los impactos y los costes. La idea es contar con un producto que tenga un grosor suficiente como para aguantar toda la campaña agrícola, aproximadamente desde septiembre hasta el mes de mayo, y que, una vez finalizada, se degrade sin dejar rastro en los suelos de cultivo.

Junto a esto, los expertos siguen comparando las ventajas del material biodegradable con respecto al plástico tradicional, a través de nuevos ensayos.

ENTRE UN 50% Y UN 80%

Algunos aditivos en los plásticos para cubierta reducen el uso de fitosanitarios

■ CIA

“La aplicación de ciertos aditivos al plástico de cubierta reduce el número de individuos de mosca blanca, minador, trip, lepidópteros, etc., es decir, plagas en general, llegando, incluso, a reducir el número de tratamientos fitosanitarios entre un 50% y un 80%”. Así lo avanzan los investigadores Manuel Díaz y Francisco Camacho, de la Universidad de Almería (UAL), en el extracto en el que ex-

plican las líneas de trabajo de su proyecto de investigación ‘Producción y calidad de diferentes hortalizas bajo diferentes tipos de materiales plásticos. Actividad de vectores polinizadores en las condiciones ambientales que transmiten los citados films’ y que busca, precisamente, cuáles son esos aditivos y cómo hacer uso de ellos.

Según explican los investigadores, la aplicación de estos aditivos no siempre es positiva y, de hecho, entre los problemas que se han ob-

servado se encuentra su acción sobre los polinizadores, cuya actividad se ha podido ver reducida. Para poder hallar el perfecto equilibrio entre su labor como repelentes de plagas sin que ello perjudique a polinizadores o insectos auxiliares, ambos investigadores trabajan en la evaluación de la fotoselectividad en filmes de cubierta en un invernadero tipo multitúnel en el sureste peninsular, sin que ello suponga una pérdida de producción. Durante las dos últimas décadas,



■ Los ensayos se están realizando en invernaderos multitúnel. /FHALMERIA

según explican, “se han realizado diversos estudios que versan sobre la influencia de la modificación espectral de filmes de cubierta para invernaderos sin que ad-

quieran el fin último que se persigue”; sin embargo, “la instalación en el campo de cubiertas fotoselectivas no ha sido del todo efectiva”.

SER MÁS COMPETITIVOS

IFAPA trabaja en la mejora de la eficiencia de las estructuras de invernadero



Interior de una de las fincas de IFAPA. /FHALMERIA

El Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera (IFAPA) tiene en marcha tres proyectos en la provincia, en su centro de La Mojonera, con los que persigue hacer más competitiva a la agricultura almeriense, en particular, y a la andaluza, en general. De este modo, recientemente, y durante una visita de su presidente, Víctor Ortiz, al centro almeriense, éste confirmó que el IFAPA trabaja en dos proyectos de transferencia, dedicados a la horticultura protegida y el riego, y un tercer proyecto de formación 'Transforma', con el que se persigue mejorar las condiciones climáticas del invernadero, así como la cali-

dad nutricional de variedades hortícolas que se cultivan en la provincia.

Con la puesta en marcha de estos proyectos se busca un doble objetivo: por un lado, facilitar la transferencia de conocimiento de las entidades públicas a las privadas, puesto que el sector se beneficiará de los resultados obtenidos y, por otro, contribuir a que la agricultura provincial sea más competitiva. Con respecto a esto último, el presidente de IFAPA comentó durante su visita al centro de La Mojonera que "hay que mejorar y hacer las estructuras más eficientes para que admitan una mayor producción", ya que sólo de este modo se logrará "incrementar la competitividad del sector hortofrutícola".

EN PLENA CAMPAÑA



Todos los materiales de Agrofilm son de origen nacional. /FHALMERIA

Agrofilm lleva 20 años ofreciendo calidad y servicios para la agricultura

La empresa, que nació en 1993, cuenta entre sus clientes con los principales constructores de invernaderos de la provincia

■ CIA

Agrofilm lleva desde 1993 ofreciendo tubos de calidad para el invernadero tipo Almería, el raspa y amagao, en el campo provincial y, de hecho, su clara vocación por "dar cali-

dad y servicio", tal y como afirma su comercial, Miguel Ángel Bonachera, ha servido a la compañía para que cuente entre sus clientes "con las principales empresas de construcción de invernaderos".

"Todos nuestros materiales son de origen nacional" explica Bonachera y apunta que, gracias a ello, "podemos ofrecer un producto de mayor calidad". Asimismo, añade que, en su caso, su proveedor nacional siempre les envía un producto

lo más acorde posible a sus necesidades. Al final, "todos nuestros clientes quedan satisfechos".

Además de tubo galvanizado, Agrofilm ofrece todos los materiales necesarios para la estructura del invernadero tipo Almería.

En Agrofilm cuentan, asimismo, con personal especializado "que trabaja con nosotros todas las campañas y que conoce muy bien su trabajo y a nuestros clientes".

AGROFILM S.A.
LA GARANTÍA DE SU INVERNADERO
TUBOS Y ACCESORIOS GALVANIZADOS

Email: agrofilm.agrofilm@gmail.com
 Ctra. N. 340 - P.K. 419 (Paraje San Nicolás) - Apdo. 223 - 04700 EL EJIDO (Almería)
 Tel. **950 55 80 48** - Fax: **950 55 80 11** - Móvil: **649 86 25 11**

ESPECIALMENTE INDICADO PARA INVERNADEROS DEL PONIENTE

Celloplast presenta HORTYCLIM 3 A, un plástico único en el mercado en resistencia

El antecesor de este nuevo producto le ha durado a agricultores como Francisco Maldonado casi el triple de lo garantizado, todo un plus

■ Rafa Villegas

La empresa Celloplast SL, distribuidora para Almería de la firma española Riviera Blumen Hispania, trabaja desde esta campaña con un nuevo plástico, se trata de un producto, único en el mercado, del fabricante francés Agripolyane bajo la marca HORTYCLIM 3 A.

Esta nueva propuesta de Celloplast no es otra cosa que la versión mejorada de su antecesor, un plástico que ha llegado, en muchos casos, casi a triplicar la duración media garantizada. Todo ello con una menor resistencia a los pesticidas que el nuevo producto.

Esta película es un material a base de microburbujas, térmico, de color amarillo y con la particularidad de ser uno de los plásticos existentes más resistentes al azufre, garantizándolo hasta 4.000 ppm, así como también al cloro, cuya garantía asciende hasta 200 ppm.

HORTYCLIM 3 A se caracteriza, asimismo, por su alta transmisión luminosa (89 por ciento) y por su excelente difusión (55 por ciento), lo que evita quemaduras por radiaciones muy elevadas en determinados períodos del año. Así, las plantas reciben la luz dentro del invernadero no de forma directa sino repartiéndose proporcionalmente en el cultivo. Y es que, el efecto de la burbuja actúa como si la luz pasara a través de un diamante, obteniendo una calidad de ésta extraordinaria y un reparto casi perfecto en el interior del invernadero. Ello se traduce en un beneficio para el cultivo, incluida una mayor longevidad.

Además, la pequeña cámara de aire que se inserta en la capa intermedia proporciona una mejor temperatura al cultivo en las épocas de máxima radiación y calor, amortiguado de manera significativa. Y, al mismo tiempo, produce un efecto térmico durante la noche, bastante superior al film térmico normal, obte-



■ Francisco Maldonado, productor ejidense de plantas ornamentales. /FHALMERIA

niéndose mínimas más altas con HORTYCLIM 3 A en comparación con otros plásticos de película sencilla. Su garantía es de 36 meses, pero dura mucho más.

Por lo tanto, como han explicado desde Celloplast, “estamos ante una innovación dentro del mundo de los plásticos para cubierta, hasta ahora nunca vista en lo relativo a la resistencia a los pesticidas, una exigencia demandada desde hace varios años por nuestros agricultores y un plástico ideal para cultivos ecológicos, donde la proliferación del azufre es continuada”.

CON UN BUEN PRECEDENTE

HORTYCLIM 3 A es la evolución de un plástico que ha conquistado a sus clientes por su calidad y, sobre todo, duración.

Francisco Maldonado, por ejemplo, es un productor ejidense de plantas ornamentales, especialista en ficus, y lo primero que hizo cuando decidió cambiar el plástico de sus invernaderos el pasado invierno fue pedir el mismo que puso hace ocho años, de Celloplast, y que tan buenos resultados le había dado.

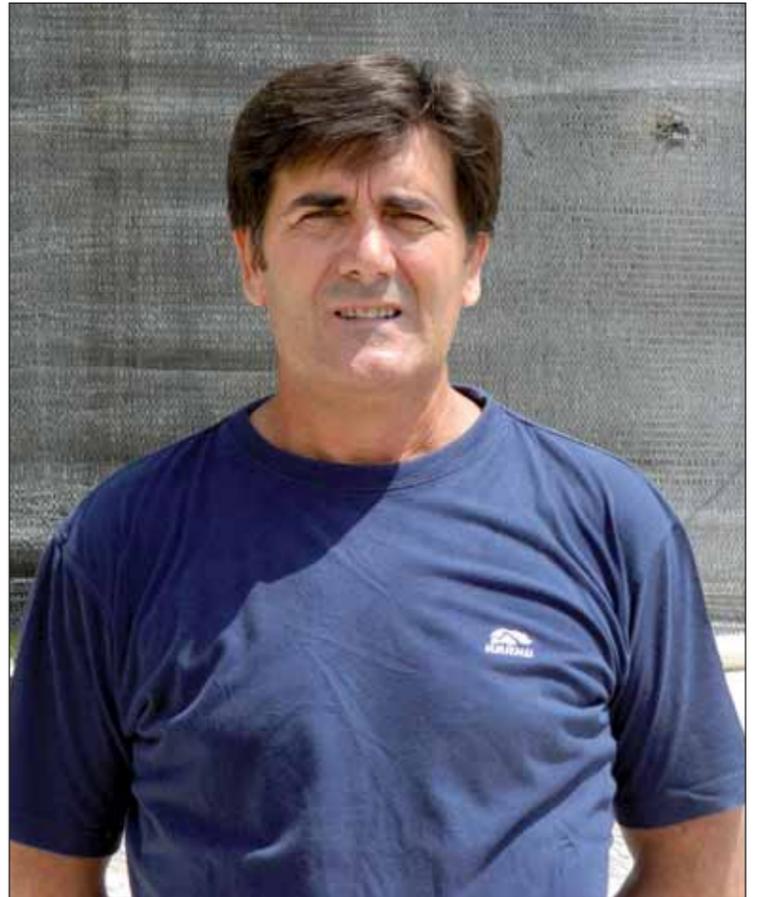
No sólo encontró lo que buscaba sino que se ha llevado HORTYCLIM 3 A, la versión mejorada de un plástico que le

ha sorprendido “por su calidad y duración”, casi el triple del período garantizado.

Por otra parte, José Orozco, productor abderitano de hortalizas, también va a poner HORTYCLIM 3 A debido a lo bien que le ha ido con la versión anterior. No es para menos, “lo he tenido siete años, cuando su garantía es de tres”, ha asegurado, y ha añadido que “lo recomiendo siempre, mi hermano también confía en la calidad de los plásticos de Celloplast y los amigos que lo han probado repiten”.

Orozco tiene, además, en otra de sus naveas, la cubierta de blanco térmico de burbuja de Celloplast, que tiene una garantía de 36 meses y lleva ya con ella cuatro años en perfecto estado.

Finalmente, Nicolás Fernández Vargas es un agricultor de Balanegra que también ha tenido la suerte de confiar desde hace años en plástico de Celloplast. La duración de la versión anterior del HORTYCLIM 3 A en su invernadero de tipo parral ha sido desde el año 2004 al 2012. Es por ello que no ha dudado en volver a confiar en este producto para su finca. Durante estos años, ha cultivado bajo este plástico pimiento, melón, pepino y berenjena.



■ José Orozco, productor hortofrutícola de la zona de Adra. /FHALMERIA



■ Nicolás Fernández Vargas, productor hortofrutícola de Balanegra. /FHALMERIA



■ Fachada de las instalaciones de Celloplast, en remodelación, en Adra. /FHALMERIA



PRESENTA:

NUEVO

HORTYCLIM 3A

PLÁSTICO TÉRMICO AMARILLO DE BURBUJAS

**ÚNICO EN EL MERCADO
GARANTÍA 36 MESES**

**EFECTO
ANTI-AZUFRE
4000 P.P.M**

**EFECTO
DIFUSOR DE LUZ
DURANTE EL DÍA**

**EFECTO
TÉRMICO
DURANTE LA NOCHE**

TAMBIÉN DISPONEMOS DE:

- **PLÁSTICO AMARILLO** de 720 galgas con **GARANTÍA** de 27 MESES
 - **PLÁSTICO BLANCO** de Burbuja **TÉRMICO** de 800 galgas con **GARANTÍA** de 36 MESES
- así como una **AMPLIA VARIEDAD EN PLÁSTICOS** acorde a las necesidades del agricultor

Nos podrá encontrar en:

ADRA - N-340 (Frente Albuferas)

Tels. 950 568 897

674 287 013

NOVEDAD

Plásticos Mare Nostrum propone plástico israelita innovador y a precios competitivos

Pese a llevar solo 14 meses instalado en la provincia de Almería, lo cierto es que hay agricultores que ya han probado sus productos con anterioridad y han podido comprobar, tras dos años y medio, las características de este plástico israelí

■ Rafa Villegas

Los agricultores de la provincia de Almería cuentan, desde hace ya 14 meses, con una nueva firma de plásticos para invernaderos. Se trata, concretamente, de Plásticos Mare Nostrum, cuyas instalaciones se encuentran ubicadas en el Polígono Industrial de La Redonda, en el término municipal de El Ejido.

Mare Nostrum oferta un plástico que, cuanto menos, es muy innovador. Su desarrollo y producción corre a cargo de israelitas y presenta muchas diferencias con los plásticos que se vienen utilizando en la provincia. Sin ir más lejos, su materia prima ya es distinta.

Pedro Marco, uno de los encargados de poner en marcha el proyecto, ha asegurado que “este plástico se diferencia también en otros aspectos, como la colocación, las resistencias que tiene, las elasticidades y demás”. Marco ha sido cauto y ha asegurado que “dentro de tres años se podrá decir si es mejor o peor”, si bien ha indicado que para saberlo “hay que probarlo”.

Marco ha animado a los agricultores almerienses a que prueben los plásticos que distribuye en la provincia la firma Mare Nostrum. Unos plásticos que se



■ Uno de los trabajadores de Mare Nostrum con bobinas de plástico detrás. /FHALMERIA

diferencian también por el peso, que es menor.

AGRICULTORES SATISFECHOS

Lo cierto es que, pese a tener presencia como Mare Nostrum en la provincia desde hace solo 14 meses, Pedro Marco ha asegurado que “tenemos puesto plástico en invernaderos de la zona desde hace unos dos años y medio y están cumpliendo con to-

das las expectativas”. Es más, Marco ha explicado cómo, por ejemplo, “en una finca invernada del término municipal de La Mojónera un agricultor tiene puesta la mitad con el plástico que distribuimos nosotros, y está perfecto, mientras que la otra mitad, que es de otra empresa de la competencia, se le ha ido”.

Esto sí que es demostrable y Marco aconseja a los agriculto-

res de la provincia que “por lo menos pongan media finca con nuestro plástico, para que puedan ver la diferencia existente”.

AHORRO

Otro factor a tener muy en cuenta de los plásticos israelitas que distribuye Mare Nostrum es, sobre todo ante la coyuntura económica actual, que esta firma está haciendo, como ha asegurado Pe-

dro Marco, “un esfuerzo, casi sobrehumano, para conseguir que los precios del plástico sean competitivos”. No obstante, como no podía ser de otra manera, Pedro Marco ha explicado que “ello no quiere decir que dentro de, por ejemplo, tres años, una vez que se conozca bien nuestro producto y se haya probado de sobra todo su potencial, pueda aumentar su precio”.

El ahorro, además, también se encuentra haciendo unas cuentas muy sencillas. Y es que, como ha añadido Pedro Marco, “al pesar menos, se utilizan menos kilogramos de plástico por hectárea, por lo que ahí también se consigue ahorrar”.

GARANTÍAS

En cuanto a la garantía que ofrece Plásticos Mare Nostrum en toda la zona sur de España, para los plásticos de 600 galgas, Pedro Marco ha asegurado que garantizan dos años, mientras que para los de 800 se le añade un año más de garantía, hasta alcanzar los tres.

Con la creación de nuevas empresas distribuidoras de plástico para la agricultura en diferentes puntos de la provincia, como es el caso de Plásticos Mare Nostrum, los agricultores cuentan esta campaña con muchas más opciones a la hora de cambiar este insumo y, no menos importante, a precios mucho más competitivos que hace tan solo un año.

**PLASTICOS
MARE NOSTRUM**

Film agrícola

Mallas de protección

Mallas antihierba

**El desarrollo e investigación
de los plásticos israelíes
ahora en Almería**

Pol. Ind. La Redonda - El Ejido

950 951 540 - info@soluplast.es

FABRICACIÓN PROPIA

Techno Teonel entrega el invernadero en quince días una vez fundida la base

La empresa construye todo tipo de invernaderos, desde el tradicional raspa y amagao a los modernos invernaderos multitúnel

■ Isabel Fernández

En Techno Teonel se encuentran inmersos en plena campaña y, de hecho, según afirman desde la empresa, hoy por hoy, “tenemos mucho trabajo”. De hecho, “este año hemos cogido unas 100 hectáreas de invernadero” repartidas por toda la provincia. La clave: los plazos de entrega. Y es que, una vez que está fundida la base, “en entre 10 y 15 días, tenemos una finca de una hectárea lista”.

En Techno Teonel están especializados en la instalación de sistemas de ventilación, si bien es cierto que, gracias a que cuentan con varios socios que les proporcionan, por ejemplo, el alambre o el plástico, pueden construir fincas completas. “Trabajamos juntos”, explican desde la empresa y matizan que, de hecho, “somos un grupo”.

En Techno Teonel fabrican todo tipo de invernaderos, desde los más tradicionales y habituales en el agro almeriense, como puede ser el raspa y amagao, hasta los más modernos multitúnel, e incluso, algún que otro invernadero plano. “Nosotros construimos



■ La empresa construirá este año en torno a 100 hectáreas de invernadero por toda la provincia. /FHALMERIA

mos todo tipo de invernaderos”, comentan y añaden que, en cualquier caso, “el tipo raspa y amagao sigue siendo el invernadero que más construimos”. Tal y como apuntan, la mayor parte de las piezas son de fabricación propia. “Nosotros fabricamos nuestro propio material”, que cuenta, además, “con las certificaciones de calidad correspondientes”.

Pero todos los productos de Techno Teonel no sólo cuentan con sus certificaciones de calidad, sino también con sus garantías correspondientes que, por ejemplo, en el caso de los sistemas de ventilación puede ser de



■ Fachada de Techno Teonel, en la Ciudad del Transporte de La Mojonera. /FHALMERIA

entre 5 y 7 años. Asimismo, desde la empresa afirman que, ante cualquier incidencia con cualquiera de sus productos, “respondemos rápidamente al agricultor”.

Techno Teonel comenzó a trabajar con ventilación para invernaderos en 1999, si bien a partir de 2005 empezó a construir invernaderos. Ocho años más tarde, la empresa no ha parado de crecer y, de hecho, según afirman, “nos ha ido muy bien”, gracias, sobre todo, a que “ofrecemos una gran calidad en todos nuestros productos”. La empresa opera en toda la provincia, pero no sólo aquí. “Tenemos una importante presencia en el extranjero”, afirman y añaden que, de hecho, “trabajamos mucho en República Dominicana, en Chile o en Marruecos”. En todos estos lugares, “estamos construyendo” y lo hacen con materiales fabricados directamente en Almería. “Exportamos todos los materiales desde Almería”, apuntan.

Debido a las dificultades económicas que ha atravesado la agricultura en los últimos años y a que los invernaderos tienen una larga vida útil, desde la empresa comentan que “no construimos invernaderos todos los días”, pero, aún así, “se siguen construyendo”. Prueba de ello son esas 100 hectáreas en las que trabajan este año, entre ellas, “unas 18 hectáreas que estamos a punto de entregar en Pechina”. Asimismo, añaden que, dada la antigüedad de algunos invernaderos, son muchos los agricultores que, sí o sí, “tienen que renovar sus fincas y, en muchos casos, construyen sus invernaderos de nuevo”.



TECHNO TEONEL S.L.

CONSTRUCCIÓN Y FABRICACIÓN DE MATERIAL PARA INVERNADEROS

Construcción de todo tipo de invernaderos y naves

Bandas de todo tipo - Antesalas
Puertas - Soldaduras en general

Nelu: 637 79 27 29

Teo: 699 48 65 13

C/ Cobre, 15

Pol. Ind. Ciudad del Transporte
LA MOJONERA

EN LA DIANA

La implantación del invernadero en Almería y su evolución han sido claves para la provincia

El IRYDA dio en el clavo con la creación del primer invernadero. Este hecho tuvo lugar en el año 1963 en el núcleo de El Parador

■ Rafa Villegas

El cambio de un paisaje prácticamente desértico al 'Mar de plástico' de la actualidad comenzó en el año 1963 de la mano del Instituto Nacional de Colonización (INC), más tarde Instituto Nacional de Reforma y Desarrollo Agrario (IRYDA) en El Parador. Y es que, fue entonces cuando se construyó el primer invernadero en la provincia.

El experimento consistió en cubrir los típicos terrenos enarenados de entonces con una capa de plástico simple, otro con doble capa y un último protegido, a la antigua usanza, con unos setos de caña.

Por qué comenzó rápidamente a sustituirse el enarenado tradicional por el invernadero tiene mucho que ver con los resultados de la prueba del IRYDA. Y es que, del primero al segundo, la producción se disparó. El incremento fue aún mayor con el terreno protegido con doble capa.

Desde entonces hasta ahora han cambiado mucho los invernaderos. Los primeros no sobrepasaban los dos metros de altura y los plásticos que se utilizaban distaban mucho de los actuales, tenían una vida muy corta y una peor difusión de la luz y la radiación solar. Concretamente, la mayoría de los plásticos duraba solo una campaña y la mayor parte de las estructuras eran planas, introduciéndose, por tanto, la lluvia en el interior y provocando problemas de pudrición en los cultivos.

Nada tiene que ver el plástico para invernadero de ahora con el de antaño. En la actualidad se garantiza un mínimo de dos o tres años de duración en perfectas condiciones y se ha avanzado mucho en productividad.

Lo cierto es que los beneficios del invernadero fueron evidentes desde el principio. La protección del plástico aísla completamente a la producción de los fuertes vientos que azotan la zona



■ La propia construcción de los primeros invernaderos también supuso la necesidad de más mano de obra. /FHALMERIA



■ Los agricultores cada vez van dejando más atrás el invernadero de 'raspa y amagao' plano. /FHALMERIA

y el microclima que genera aumenta la temperatura y la humedad en el interior. Todo ello da lugar a una producción hortofrutícola muy elevada de una gran calidad, lo que abrió, desde un principio, las puertas a los diferentes mercados de destino.

El trabajo que generaron los invernaderos provocó una oleada de mano de obra procedente especialmente de las Alpujarras granadina y almeriense, que se vio obligada a aprender a producir en grandes cantidades con la mejor de las calidades.



■ Lola Gómez, gerente de Clisol Agro, siempre ha apostado por la innovación.

El agricultor se ha modernizado con cada exigencia del consumidor

Los agricultores almerienses siempre han tenido muy en cuenta los factores producción y calidad y, no menos importante, están concienciados con la importancia de satisfacer las demandas de los consumidores y así lo han hecho a lo largo de los años.

Para cumplir estas premisas, los agricultores han invertido mucho dinero en cambiar buena parte de los invernaderos típicos, el de 'raspa y amagao', por otros más modernos, como el multitúnel. El cambio del riego a manta tradicional, con la utilización de acequias, al goteo, el importante paso de la lucha química a la integrada, así como la mejora de semillas, entre otros factores, han hecho de la agricultura intensiva almeriense una de las más competitivas del mundo.

Noticias

RELACIONES COMERCIALES

El Gobierno da luz verde a una Ley de Mejora de la Cadena 'descafeinada'

COAG y UPA lamentan que no se hayan incluido la venta a pérdidas y el uso de productos reclamo como prácticas abusivas

■ Isabel Fernández

El Gobierno dio luz verde el pasado 18 de julio a una Ley de Mejora de la Cadena Alimentaria que, al final, no ha resultado ser ni la sombra de lo que se preveía y que, ni mucho menos, ha satisfecho las aspiraciones de las organizaciones agrarias, que, como en el caso de UPA, la han calificado de "oportunidad histórica perdida". Si bien es cierto que el sector valora el hecho de que, al menos, ya existe una norma que viene a regular las relaciones comerciales entre los agricultores y ganaderos y el resto de eslabones de la cadena, también lo es que, al final, echan en falta que no se hayan incluido como prácticas abusivas la venta a pérdidas o el uso de productos reclamo.

Con respecto a la venta a pérdidas, "la gran ausente", según COAG, supone "la práctica más dañina de todas" y, además, es "absolutamente abusiva y desleal" y así ha sido denunciado por



■ Miguel Arias Cañete, ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

los agricultores durante años. Sin embargo, y después de todos los esfuerzos realizados, ha quedado fuera de la Ley.

Por otro lado, tanto COAG como UPA lamentan que la figura del mediador para que interceda en la elaboración de los contratos -ahora obligatorios- y que vendría a reducir de forma notable la indefensión de los agricultores y ganaderos, ha visto reducida su efectividad "al míni-

mo", según COAG, ya que, tal y como añade UPA, "el texto tampoco establece la figura de un verdadero árbitro independiente con capacidad para mediar en los conflictos ni impone un régimen de sanciones suficientes a los que incurran en prácticas abusivas". Precisamente éste, el régimen de sanciones, es otro de los aspectos que no convence a los agricultores. Para COAG, el recogido en la Ley es "considerable-

mente mejorable", ya que, a su juicio, "no existe proporcionalidad entre la gravedad de las prácticas comerciales abusivas perseguidas y las soluciones establecidas en este apartado". Y es que, a lo sumo, la sanción puede alcanzar los 3.000 euros y sólo sería mayor en el caso de reincidencia.

Para UPA, ha hecho falta una mayor "valentía política para rematar un trabajo de años" y culpa directamente a las "fuertes presiones por parte de la gran distribución y a las autoridades de Competencia nacionales y europeas" de "suavizarla". Para esta organización agraria, la Ley "nace coja" y "no servirá para resolver los principales problemas de los agricultores y ganaderos españoles". En esta misma línea se pronuncian desde COAG, desde donde afirman que "la mayor preocupación de agricultores y ganaderos, que es el precio, ni se garantiza ni se soluciona".

En cualquier caso, ambas organizaciones agrarias esperan que, al menos, el posterior desarrollo reglamentario de la norma recién arodaba ponga remedio a algunas de las cuestiones que, de momento, han quedado en el aire.

HASTA EL 10 DE AGOSTO

La Junta abre la convocatoria de ayudas para jóvenes agricultores

■ I. F. G.

La Junta de Andalucía hizo pública el pasado 9 de julio una nueva convocatoria de ayudas a la primera instalación de jóvenes agricultores, después de un año, 2012, de 'standby'. Desde ASAJA-Almería valoraron que, por fin, la Administración andaluza se decidiera a sacar adelante una nueva convocatoria, si bien lamentaron que la línea dirigida a modernización haya vuelto a quedarse fuera.

Desde ASAJA-Almería se refirieron, asimismo, al presupuesto total con el que cuenta la convocatoria, 8 millones de euros, "precisamente, la cantidad que dejó de ser ejecutada en el presupuesto de 2011" y que, entonces, ascendía a 16 millones de euros.

El plazo para la solicitud de estas ayudas estará abierto hasta el próximo 10 de agosto y podrán optar a ellas los agricultores de entre 18 y 40 años que, en caso necesario, realicen los correspondientes cursos de capacitación y que se comprometan a permanecer en la actividad agrícola durante 5 años. Estas ayudas incluyen la posibilidad de bonificación de intereses.

EN APENAS UN MES

La Guardia Civil detiene a seis presuntos autores de robos tanto en fincas como en almacenes agrícolas

■ I. F. G.

La Guardia Civil ha detenido en apenas un mes a seis personas por presuntos robos tanto

en invernaderos como en almacenes de suministros agrícolas, e incluso, en comunidades de regantes, en todo el Poniente almeriense.

Una de las detenciones tuvo lugar en Dalías, cuando la Guardia Civil cogió 'in fraganti' a un joven que, presuntamente, estaba robando en un cortijo del municipi-

pio. Posteriormente, fueron detenidas tres personas más por presuntos robos en fincas de Adra y El Ejido. En el primero de los casos, el 'caco' también fue cogido

'in fraganti' mientras intentaba trasladar 22 rollos de plástico, en total unos 500 kilos, en una furgoneta, mientras que, en el caso de El Ejido, fueron otras dos las personas detenidas cuando intentaban robar en dos fincas.

Por último, la Guardia Civil detuvo a dos personas más, una en Adra y otra en Vícar, por sendos robos en una comunidad de regantes y un almacén de riego.

AVANZANDO CON EFICIENCIA EN LA GESTIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL AGUA

www.regantessolyarena.com

Sol y Arena
Comunidad Comarcal de Regantes

PUESTA A PUNTO

Nunhems apuesta por un piel de sapo que ayude a Almería a liderar el mercado

La empresa reunió en Adra a un grupo de compradores de la provincia y de La Mancha en una cata a ciegas de sus nuevas variedades

■ CIA

El programa de mejora de melón piel de sapo que viene desarrollando Nunhems durante los últimos años ha recibido del mercado un importante aval de confianza, que confirma el liderazgo de las nuevas variedades que se comercializarán próximamente. Un grupo de 25 compradores de melón seleccionados en Almería y La Mancha otorgaron la puntuación más alta a los nuevos piel de sapo de Nunhems durante una cata a ciegas celebrada en Adra. Tras la degustación, en la que también se ofrecieron muestras del melón Almanzor F1, los expertos coincidieron en destacar las excelentes cualidades organolépticas de todas las variedades de Nunhems, como la excepcional textura en boca y un envidiable dulzor, gracias al alto contenido en azúcares, con niveles en torno a 15 grados Brix.

Los responsables del programa de mejora de melón recibieron con satisfacción los resultados de la cata a ciegas, ya que demuestran que las nuevas variedades de piel de sapo en las que trabaja la empresa aportan un ni-



■ Cata a ciegas celebrada por Nunhems en Adra. /FHALMERIA

vel excepcional de calidad, se adaptan perfectamente a las necesidades del mercado y ofrecen un plus agronómico y comercial que contribuirá, sin lugar a dudas, a consolidar Almería como la zona de producción por excelencia de melón piel de sapo al principio de la temporada.

Desde el punto de vista agronómico, las nuevas variedades se caracterizan por ser más resistentes y estar especialmente adaptadas para aprovechar al máximo las condiciones específicas de cultivo en Almería. El manejo de la planta está al alcance de cualquier productor porque

es más sencillo, debido a que aumenta la distancia desde el suelo hasta la masa foliar y eso permite mayor ventilación del fruto y mejor acceso a la luz, a la vez que facilita el trabajo a los polinizadores y aumenta la eficacia de los tratamientos.

Desde el punto de vista comercial, las nuevas variedades de piel de sapo ofrecen siempre calibres muy cotizados (entre 3 y 3,5 kilos), con un aspecto externo muy atractivo, que se hace inconfundible gracias a su especial tonalidad dorada, sin que el fruto pierda una sensación visual de recién cortado.

Las excepcionales cualidades agronómicas y comerciales que ofrecen las nuevas variedades de melón piel de sapo son el fruto de un intenso trabajo en el que se han coordinado varios equipos de Nunhems. Especial trascendencia ha tenido el sondeo de mercado previo a la fase de investigación vegetal, ya que ha facilitado una valiosa información sobre las necesidades de todos los eslabones de la cadena alimentaria sin la que sería imposible ofrecer una respuesta global y altamente competitiva.

ALMANZOR F1

Muchas de las características que tendrán las nuevas variedades de piel de sapo son heredadas de Almanzor F1, que en poco tiempo ha logrado ganar terreno. Con el escriturado longitudinal que identifica al tradicional melón piel de sapo, Almanzor F1 ha sido por segunda campaña consecutiva el elegido por compradores de La Mancha que operan en Almería. Además, es una variedad resistente a oidio, por lo que contribuye a reducir los costes de producción y mejora la rentabilidad del agricultor. Su textura, sabor y punto final de dulzor en boca, gracias a su alto contenido en azúcar, junto con su atractiva frescura interna, son algunas de las características que permanecerán en las nuevas variedades.

DEL 2 AL 4 DE OCTUBRE

Vegetal World acogerá encuentros con empresas internacionales

■ CIA

Vegetal World, que se celebrará en Valencia del 2 al 4 de octubre próximos, acogerá una serie de encuentros de negocio con empresas extranjeras. Según han informado desde la organización del evento, la feria celebrará Bilateral Meetings que permitirán a las empresas expositoras dar a conocer su producto, y sobre todo su know how, a potenciales clientes procedentes de distintos mercados internacionales. “La idea es -explica Miguel Bixquert, director del certamen- que los participantes en la muestra den también el salto internacional, porque no hay que olvidar que Vegetal World se centra en las áreas de investigación y producción agraria de la agricultura mediterránea, y es precisamente en este ámbito donde España tiene mucho que ofrecer”.

Los encuentros estarán dirigidos a todos los sectores de la producción agraria, desde agricultura de precisión, agronutrientes, biotecnología agraria, nuevos cultivos alternativos o sistemas de producción ecológica, entre otros, y se centrarán en las áreas de investigación, producción e innovación agraria. En las reuniones participarán compradores, distribuidores, o empresas de sectores innovadores y/o de base tecnológica.

GRUPO AGROTECNOLOGÍA

Iber humus Gr-70, completa enmienda que mejora las propiedades físicas, químicas y biológicas del suelo

■ CIA

Grupo Agrotecnología, empresa volcada en la búsqueda permanente de aplicaciones tecnológicas de gran eficacia, innovadoras y comprometidas con el medio ambiente, ofrece a los profesionales del campo un extracto húmico apto para todos los cultivos. Iber humus Gr-70 aumenta el suministro de nutrientes a las plantas, mejora la estructura del suelo, incrementa la

población microbiana, intensifica la capacidad de retención de agua, mejora el enraizado y eleva la capacidad de cambio de suelo. Su innovadora composición granulada garantiza una óptima distribución del producto.

Es un producto sólido compuesto por humato potásico con alto contenido en sustancias húmicas, especialmente diseñado para ser incorporado con el abonado de fondo. Los ácidos húmicos y la materia orgánica que

aporta Iber humus Gr-70 actúan principalmente sobre las propiedades físicas, químicas y biológicas del suelo.

De este modo, el humus tiene efecto sobre las propiedades físicas del suelo, tomando agregados y dando estabilidad estructural, uniéndose a las arcillas y formando el complejo de cambio, favoreciendo la penetración del agua y su retención, disminuyendo la erosión y mejorando el intercambio gaseoso.

También potencia las propiedades químicas del suelo, aumenta la capacidad de cambio del mismo. La reserva de nutrientes para la vida vegetal y la capacidad tampón del suelo favorecen la acción de los abonos minerales y facilitan su absorción a través de la membrana celular de las raicillas.

Iber humus Gr-70 mejora, asimismo, las propiedades biológicas del suelo, favorece los procesos de liberación de sales mi-

nerales, el desarrollo de la cubierta vegetal, sirve de alimento a microorganismos y estimula el crecimiento de la planta en un sistema ecológico equilibrado.

El humus mejora de manera significativa la eficiencia de la fertilización mineral mediante la protección y la liberación de N., P., K., Mg., Ca., y oligoelementos. En conjunto, las plantas desarrollan mejor el sistema radicular y disponen de más nutrientes de forma asimilable.

Finalmente, la acción de la enmienda orgánica Iber humus Gr-70 permite reducir las pérdidas por lixiviación en un suelo drenante y favorece el drenaje de un suelo pesado, gracias al fenómeno de la floculación.

El futuro está en nuestras manos

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

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

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



PASTOS EN ALTA MONTAÑA

La Junta rehabilita apriscos en la Sierra de Gádor para el ganado de las cumbres

■ R. V. A.

La Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía ha dado comienzo a las obras de rehabilitación de dos corrales para albergar el ganado que pasta en las zonas altas de la Sierra de Gádor. Además, la institución autonómica también va a adecuar las dependencias anexas para el alojamiento de los pastores.

Las obras, que se han incluido dentro del Plan de Choque por el Empleo en Andalucía, suponen una inversión de 50.000 euros y generarán unos 460 empleos.

Los apriscos se encuentran ubicados en los términos municipales de Dalías y Canjáyar, más concretamente en la zona de Barjalí y en el paraje Llano de los Juanes, respectivamente.

Las obras de los corrales van a compatibilizar la conservación del medio ambiente con la preservación del patrimonio y la arquitectura tradicional de la zona, así como la integración paisajística de las infraestructuras.

La Junta ha informado que el corral de Llano de los Juanes consta de una nave techada a dos aguas con teja cerámica, separada por un muro de carga longitudinal que la divide justo en dos partes. A ambos la-

dos de la nave hay patios exteriores vallados. Parte de la nave está dividida de forma transversal, conformando dos habitaciones que se utilizan para viviendas de los pastores. En el otro extremo lateral de la nave existe un pequeño aljibe, que aprovecha la escorrentía del agua de lluvia del tejado.

Por otro lado, el corral de Barjalí es una instalación formada por una nave cubierta o tinado de 54 metros cuadrados, contigua a dos viviendas de 36 y 79 metros cuadrados. Además, tiene patio.

PLAN POR EL EMPLEO

Con el Plan de Choque para el Empleo en Andalucía, la Consejería invertirá más de 9 millones de euros en la provincia de Almería en actuaciones de mejora de caminos rurales, mejora forestal y regeneración ambiental, que generarán más de 58.000 jornales. Del total de inversión prevista, 3,2 millones de euros se destinarán a la mejora de caminos rurales y 5,8 a actuaciones de mejora forestal y regeneración ambiental. Parte del montante económico procede del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural.

Con la rehabilitación de los corrales se potencia la orientación productiva de los montes, con el aumento del valor de su capital y de su renta, poniendo en valor sus recursos naturales.

FORMACIÓN

IFAPA La Mojonera oferta un curso sobre bienestar de rumiantes el 26 de julio

■ R. V. A.

El Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera (IFAPA) de la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía organiza un curso, el próximo 26 de julio, sobre bienestar animal en explotaciones ganaderas de rumiantes.

En el curso se tratarán contenidos como anatomía, fisio-

logía, el estrés; fisiología, control y reducción; el bienestar animal en la legislación; el punto de vista de la sociedad sobre el bienestar animal; legislación específica sobre el bienestar en explotaciones de rumiantes; estructura y equipamiento de las explotaciones. Manejo de los animales, tratamientos y prácticas quirúrgicas, protección del animal durante el sacrificio, etcétera.

A MÁS



■ Cabra de leche en una exposición ganadera, en Antequera. /FHALMERIA

Almería aumenta un 293% el valor de las exportaciones de lácteos en el primer cuatrimestre del año

La mayor parte de la leche se exporta a Francia, casi todo el queso a Andorra y Emiratos Árabes y el yogur a Suecia, Bélgica y Francia

■ Rafa Villegas

Los datos oficiales de la Delegación Territorial de la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía muestran una evolución muy positiva de las ventas de productos lácteos almerienses a países terceros. Concretamente, entre los meses de enero y abril de este año, estas exportaciones fueron, en volumen, un 293 por ciento mayores que las registradas en el primer cuatrimestre de 2012.

El delegado del ramo, José Manuel Ortiz Bono, ha asegurado que en los cuatro primeros meses de 2013 se exportaron desde la provincia almeriense casi tres millones de kilos de productos lácteos, sobre todo leche de cabra y algo de queso. En cuanto a la facturación de este volumen, ascendió a cinco millones de euros, un 68 por ciento más que en el primer cuatrimestre del año anterior.

De los tres millones de kilos de productos lácteos, 2,9 corresponden a leche, un 358 por ciento más, logrando un valor de 4,9 millones de euros, un 87 por ciento más. El 98,1 por ciento de este producto se exporta a Francia,



■ Dos cabrillas. /FHALMERIA

que tiene especial predilección por la leche almeriense para elaborar su típico queso de rulo. El resto, el 1,9 por ciento de la leche, la compran portugueses.

Desde la Delegación han explicado que, con los datos del primer cuatrimestre del año, y por el valor de las ventas, "Almería es la cuarta provincia de España, con una cuota nacional del 8,5 por ciento de las exportaciones de este producto a los mercados exteriores".

QUESO Y YOGUR

Por otra parte, las empresas del sector lácteo con sede en la provincia de Almería han exportado un pequeño volumen de queso, aproximadamente unos 800 kilogramos, lo que ha supuesto un aumento del 205 por ciento en comparación con el primer

cuatrimestre de 2012. También ha aumentado su facturación, al valorarse en 6.200 euros, un 230 por ciento más en el mismo período comparativo.

El 89 por ciento del queso se exportó a Andorra, mientras que el 11 por ciento restante viajó hasta Emiratos Árabes.

Del mismo modo, en el primer cuatrimestre del año, la provincia de Almería ha vendido fuera más de 15.800 kilos de yogur, con una facturación total de 23.500 euros, según los datos elaborados por la Delegación Territorial de la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía, a partir del último informe del ICEX. La mitad de los yogures exportados se comercializaron en Suecia y el resto en Bélgica y en Francia.

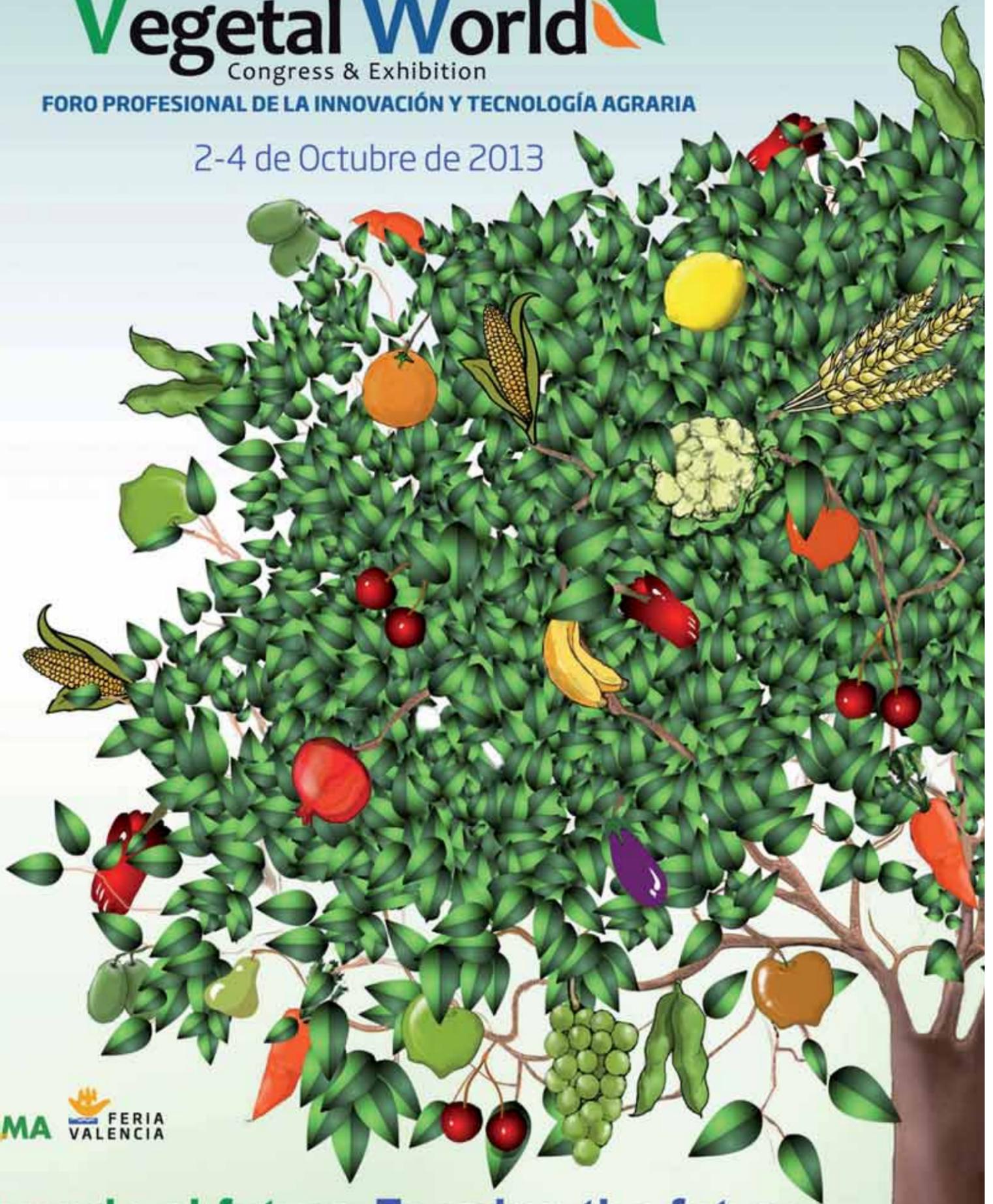
www.vegetalworld.com

Vegetal World

Congress & Exhibition

FORO PROFESIONAL DE LA INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA AGRARIA

2-4 de Octubre de 2013



Organizan:



Cultivando el futuro - Farming the future



www.feriavalencia.com · ferivalencia@feriavalencia.com · tel. (0034) 902 74 73 30 · fax. (0034) 902 74 73 45



ENTREVISTA

RICARDO GARCÍA ■ ■ ■ RESPONSABLE DE NEGOCIO AGROALIMENTARIO Y COOPERATIVO DE CAJAMAR

“El agrícola es un sector dinámico, anticíclico y que está respondiendo de manera muy positiva”

Durante el curso de verano ‘Sostenibilidad y valorización del sector de frutas y hortalizas’, García desgrana la situación actual del sector

■ CIA

Pregunta.- El título de la conferencia que ha ofrecido es llamativo: **Mercados financieros. Zona Zero. Perspectivas 2013. ¿Qué quiere decir?**

Respuesta.- Quiere decir que en esta coyuntura tanto económica como financiera que tenemos qué cuaderno de ruta podemos marcar, y si, como algunos dicen, podemos estar hablando de brotes verdes. Es esto trasladado al sector agrícola.

P.- ¿Y hay brotes verdes?

R.- Todo apunta a que algo está cambiando y eso siempre es positivo. Está bien, nos llegan noticias en el sentido que usted apunta y, al mismo tiempo, desayunamos con las declaraciones de un asesor de Angela Merkel (Hans-Werner Sinn, presidente del instituto alemán IFO con un importante prestigio dentro y fuera de sus país) diciendo que nos esperan al menos 10 años más de crisis, que debemos realizar una devaluación interna del 25 por ciento y que lo de la recuperación es un cuento... Si



■ Ricardo García ha participado en los cursos de verano de la UAL.

es cierto lo que dicen los asesores de Angela Merke, l creo que eso es una imprudencia desde el punto de vista estrictamente financiero, porque ahora hay que dotar a los mercados financieros de cierta confianza, al final

esto no es más que una cuestión de generar confianza y quitar todos los atisbos de incertidumbre, comentarios de ese tipo no cumplen una de las premisas fundamentales que es la prudencia. Insisto que ahora mismo lo que

hace falta es generar confianza siendo realista. La cuestión no es cuando vamos a salir, no es hablar de recuperación dentro de 25 años, diez o en el 2015 sino cómo vamos a salir de esta crisis, que obviamente todos asumimos que es enormemente traumática para no pocos. Uno se puede hacer la pregunta de si este tipo de afirmaciones son intencionadas y qué están buscando.

P.- Desde el punto de vista del sector agroalimentario, ¿cuál es la incidencia de este sector en la situación económica actual?

R.- El peso de la parte agroalimentaria no es del todo significativa pero sí nos estamos dando cuenta de que, durante todo el 2011, gracias a esa aportación en la balanza de pagos, estamos aportando a esa evolución por las exportaciones de productos hortofrutícolas. Este sector es importante en términos de PIB. Han sido datos históricos porque las exportaciones de frutas y hortalizas han superado por primera vez en la historia las de carácter industrial. Es un sector muy dinámico, aparentemente anticíclico y que está respondiendo de manera muy positiva, pero no es un sector ajeno a la coyuntura actual.

P.- ¿Para una entidad como

Cajamar, su baluarte sigue siendo el sector agrario?

R.- Sí, siempre nos hemos dedicado al sector primario y nosotros estamos posicionados en ese sector desde siempre. Nuestra estrategia y sobre todo nuestro ámbito de actuación siempre va a ser estar con el campo, estar con el sector primario en general, porque es lo que sabemos hacer. Cajamar es una entidad financiera, nosotros hemos hecho el trabajo mucho mejor que otras instituciones del sector financiero y lo digo con absoluta prudencia y humildad, y desde Cajamar queremos seguir apostando por este sector. Y estamos confiados de que de esta situación se sale. Somos un sector muy activo y una de las claves es la exportación.

P.- En un escenario futuro, en un plazo medio, ¿cómo ve el sector agrícola almeriense?

R.- Nosotros estamos convencidos de lo que debemos hacer, no en el corto plazo sino en el medio y largo plazo. Ahora, ¿dónde estaremos dentro de 15 años? Es una pregunta complicada. Quiero pensar que vamos a vivir en este sector momentos muy interesantes; consideramos que el sector agrícola debe tener cada vez más peso ya que es un sector estratégico de este país con una potencialidad inmensa.

ALFREDO AGUILAR, MIEMBRO DE LA COMISIÓN EJECUTIVA DE LA FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE BIOTECNOLOGÍA

“Almería podría ser líder internacional en la fabricación de bioproductos”

■ CIA

Los bioproductos han sido el tema principal del último día del curso de verano de la UAL sobre la sostenibilidad del sector agrícola. Y es que, según los expertos, sería muy positivo el hecho de utilizar la biomasa que dejan los productos hortofrutícolas para la realización de biocombustibles, bioplásticos o para hacer materiales biológicos de construcción. En este sentido, se-

gún ha explicado Alfredo Aguilar, miembro de la Comisión Ejecutiva de la Federación Española de Biotecnología, “estos productos darán lugar a nuevos mercados, nuevos trabajos y nuevas capacitaciones y Almería podría ser líder a nivel internacional si utiliza y saca partido de la ingente cantidad de biomasa que sale de los invernaderos”.

Aguilar ha explicado que la biotecnología es la utilización tecnológica de los fundamentos

de la biología y la química. Para este experto, “es bueno que haya una cierta presión y que se busquen nuevas soluciones para viejos problemas”. Además, ha señalado que es muy probable que la Unión Europea apruebe en las próximas semanas un partenariado público-privado sobre bioindustrias dotado con 4.000 millones de euros. “Debemos subirnos a ese tren, porque el futuro dicta producir de una forma más sostenible”.



■ Alfredo Aguilar apuesta por una forma más sostenible de producir.

Agenda

EVENTOS

FERIA. Gijón prepara su cita anual con Agropec que se celebrará del 27 al 29 de septiembre

■ CIA

Agropec es la cita anual en Gijón, que este año se celebra del 27 al 29 de septiembre. Es el evento de los sectores agrícola, ganadero, forestal y pesquero. Al ser Asturias una zona con una potente industria agroalimentaria, la muestra es muy relevante dentro del panorama nacional. La ganadería, la industria alimentaria, los bienes de equipo para industrias transformadoras, la pesca y su transformación, alternativas a las actividades agrarias y ganaderas y la artesanía conviven en Agropec.

ENCUENTRO. A finales de agosto llega Ferma, el salón multisectorial de las empresas del Alto Aragón

■ CIA

Del 30 de agosto al 1 de septiembre próximos se celebra una nueva edición de la feria Ferma, un salón multisectorial donde se dan cita las empresas del Alto Aragón para mostrar sus productos y servicios al público en general. El comercio, la agroalimentación, la automoción o las nuevas tecnologías son algunos de los sectores presentes en Ferma, uno de los eventos feriales más antiguos de Barbastro.



FORO. Madrid celebra en agosto el VII Congreso Ibérico de Agroingeniería y Ciencias Hortícolas

■ CIA

Del 26 al 29 de agosto tiene lugar en Madrid el VII Congreso Ibérico de Agroingeniería y Ciencias Hortícolas. Este foro, que se llevará a cabo en la Universidad Politécnica de Madrid, tratará de afrontar temas relacionados con el progreso constante en la ciencia e ingeniería implicadas en la producción agrícola y alimentaria, el cual representa un reto permanente para los profesionales y los empresarios, siempre buscando optimizar sus resultados.

EN BENAVENTE

En agosto llega Femag, la feria agrícola y ganadera de Castilla y León

■ CIA

Del 30 de agosto al 1 de septiembre se celebra Femag, en Benavente. Se trata de un evento en el que se pueden contemplar y adquirir diferentes productos tanto agrícolas como gastronómicos, por lo que tiene un carácter de dinamización. Así, como cada año, se pretende dar a conocer a los visitantes productos de diferentes Denominaciones de Origen y Marcas de Calidad de la zona, además de los puramente agrícolas que cuentan con un público más especializado, y también con un programa de actividades de ocio.

En total, esta iniciativa incluye la exposición de maquinaria agrícola y gastronómica, exposición de animales, etc. La feria, tal y como han informado fuentes de la organización, es un escaparate donde se exponen el presente y el futuro de la comarca, "y por tanto de Benavente", en el que están representados la ganadería y la agricultura y los productos de la tierra (vinos, queso, embutidos y dulces).

FRUIT ATTRACTION 2013

Este año contará con el espacio B2B Fruit-New Markets para encuentros entre compradores y expositores

La nueva edición se celebrará del 16 al 18 de octubre en Madrid con el fin de apostar por un modelo económico y rentable de participación

■ CIA

Del 16 al 18 de octubre se celebra una nueva edición de Fruit Attraction, en el recinto de IFEMA, en Madrid. Según ha dado a conocer la organización, entre los objetivos marcados de cara a la próxima convocatoria destaca el refuerzo de la presencia de todas las zonas productoras españolas para potenciar los factores característicos del sector, como son la diversidad de oferta, de producciones y calendarios, así como fomentar su internacionalización, muy especialmente en el ámbito latinoamericano y europeo.

Fruit Attraction sigue apostando por un modelo económico y rentable de participación, priorizando además su función de actor sectorial más allá del propio ámbito ferial. En este sentido, continúa con su labor de im-



■ Interior de IFEMA durante la celebración de Fruit Attraction. /FHALMERIA

plicar a todos los agentes del sector para fortalecer la promoción del consumo, y aprovechar las sinergias del trabajo en equipo por un proyecto común.

Como novedad, y con el fin de sacar el mayor partido a la participación en la Feria, nace el espacio B2B FRUIT-New Markets,

un espacio de encuentros comerciales entre compradores de nuevos mercados y expositores. En definitiva, se trata de facilitar el encuentro entre empresas y compradores mediante acciones directamente encaminadas a que los participantes obtengan el mayor retorno de su inversión.

EN LÉRIDA

Del 26 al 29 de septiembre, nueva edición de la Feria de San Miguel

■ CIA

La ciudad de Lérida acogerá del 26 al 29 de septiembre una nueva edición de la Feria de San Miguel, dedicada al sector hortofrutícola. En este sentido, desde la organización han querido explicar que la realización, durante el certamen, de una variada propuesta de actividades paralelas como jornadas técnicas, reuniones profesionales, visitas institucionales y una serie de convocatorias de premios y concursos de alto interés en el sector, hacen de la Feria San Miguel un punto de encuentro para profesionales, fabricantes y distribuidores vinculados con el mundo agrario. Con motivo de la celebración de la 59 edición de la feria se ha convocado el 42º Premio del Libro Agrario, con el fin de distinguir aquellas obras recientemente publicadas en formato impreso o formato digital que representen una aportación remarcable en el ámbito agrario español y estimular la creación de nuevos trabajos de carácter científico, técnico o divulgativo que permitan incrementar la literatura destinada al sector agrario.

evolución



En temprano

Manglar RZ[®]

El temprano de largo recorrido

Pradera RZ[®]

Para temperaturas extremas

En medio

Litoral RZ[®]

Protección y calidad