



DEL 2 AL 4 DE OCTUBRE

Vegetal World abre las puertas de Feria Valencia a la innovación agrícola



Es la primera edición de una nueva fórmula de feria agraria.

Los organizadores quieren cambiar la manera de presentar lo más interesante de la agricultura en un evento en el que concurren

imagen, investigación, divulgación, comunicación y comercialización en torno a este sector. Páginas 1 a 12



El nuevo PH 3.2
Conoce en tiempo real el precio de las subastas de las hortalizas. 'Precios Hortícolas' es una elegante, práctica e intuitiva aplicación que permite un control directo de los precios agrarios.

En octubre disponible en las plataformas habituales de aplicaciones para **iOS** y **Android**



Opinión

Vegetal World, una tentativa para cambiar la fórmula tradicional de las ferias agrarias

Los datos de Luis Planas anunciando que los agricultores al y otros profesionales que buscan incesantemente dónde depositar su dinero para obtener mer-

Vegetal World es una tentativa para cambiar la fórmula de las ferias agrícolas en Europa. La iniciativa de Phythoma compartida con Feria Valencia pretende dar un aire nuevo a este tipo de eventos, más acorde con los tiempos actuales. La agricultura española es una de las más avanzadas del mundo, especialmente si nos centramos en su horticultura intensiva. Un escaparate ideal para mostrar al mundo hasta dónde se ha llegado en este terreno puede ser Vegetal World.

La propia organización lo califica como "un nuevo estilo de evento agrícola, un formato de encuentro en el sector pensado para unir sinergias y dinamizarlo", y añade que es "un nuevo concepto para el sector de la producción agrícola donde divulgar conocimientos, aprender, emprender, exponer, vender y divertirse".

■ José Antonio Gutiérrez
Periodista



Personalmente, creo que siempre hay que intentarlo y los que ahora somos profesionales de este sector en la parte que nos toca debemos tener una perspectiva de futuro adecuada para dar apoyo a eventos que van a configurar el futuro.

Se vende como un concepto nuevo que choca un poco con la feria en la que se busca muy directamente el negocio. En este caso, la mirada está más puesta en las herramientas necesarias para terminan consiguiendo el objetivo comercial. No deja de ser una apuesta arriesgada en tiempo de crisis, pero con un claro objetivo renovador que puede resultar definitivo.

Después de la desaparición de Euroagro, este evento puede ser de nuevo el impulso que necesita el sector agrícola nacional para que Valencia recupere el protagonismo agrario que durante tantos años tuvo. Es cierto que Fruit Attraction resultó ser una estocada de muerte para los intereses de la desaparecida feria valenciana. A ver qué pasa. La idea es muy buena y el objetivo importante.

Vegetal World Congress & Exhibition tiene principalmente cuatro bloques de contenido.

La esencia serán las Jornadas Técnicas Divulgativas de diversa temática y atractivo interés que se acompañan con talleres y demos-

traciones de producto. Paralelamente el programa se completa con jornadas, aulas, talleres workshops, convenciones, demostraciones y eventos 'ad hoc' como el Symposium sobre citricultura ecológica, Biocitrics, organizado por la Sociedad Española de Agricultura Ecológica.

Otro bloque en el que se apoya la feria es la zona de Exposición Comercial. En este espacio el Centro de Innovación Agrícola y de áreas Verdes dará a conocer los nuevos productos, servicios y tecnología que las distintas empresas y entidades presenten en el encuentro.

La parte lúdico educativa estará formada por exposiciones agroalimentarias, el Espacio TIC's dedicado a la tecnología de la información y comunicación aplicada a la agricultura, la pasarela de la maquinaria de tratamientos fitosanitarios y una imponente muestra gastronómica basada en los productos agrícolas.

Personalmente, creo que siempre hay que intentarlo y los que ahora somos profesionales de este sec-

tor en la parte que nos toca debemos tener una perspectiva de futuro adecuada para dar apoyo a eventos que van a configurar el futuro. Este puede ser uno de esos eventos y por lo tanto, es posible que estemos ante una de esas oportunidades que se recuerdan en el tiempo.

Tengo confianza en Vegetal World porque hasta el momento me ha gustado el trabajo que han realizado sus organizadores, demostrando una gran capacidad de comunicación y mucha lógica en su actividad persuasiva.

Por otra parte, no me quiero olvidar de Iberflora, la feria de las ferias de planta ornamental y flor cortada. Me impresionó el primer día que la vi y desde entonces estoy convencido de que cada edición es una explosión de color, talento y trabajo que termina emocionando al visitante.

Es un acierto hacerla coincidir con Vegetal World para asegurar un número mayor de visitantes y para tener donde elegir a la hora de seleccionar el evento, la presentación o el encuentro que más se adapte a nuestras expectativas.

Deseo de todo corazón que ésta sea una primera edición para Vegetal World exitosa y con continuidad en el tiempo. A Iberflora, simplemente, que repita el éxito de siempre, aunque con la crisis todos entendemos que las cosas no están como antes. ¡Buena feria a todos!

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

Precios Hortícolas



Recibe en tu dispositivo móvil alertas con los precios de las principales subastas hortícolas

www.precioshorticolas.com



PRIMERA EDICIÓN



El evento une un marcado carácter comercial con su evidente apuesta por la divulgación técnico-científica. /FHALMERIA

Vegetal World, la primera feria especializada en tecnología para la agricultura mediterránea

Isabel Fernández

El evento nace como un foro en el que todos los profesionales de la Agronomía, sean del sector que sean, puedan mostrar sus innovaciones, exponer sus ideas, intercambiar opiniones y debatir sobre el futuro de la agricultura con el fin de dinamizarla

Vegetal World abre sus puertas del 2 al 4 de octubre como la primera feria especializada en tecnología para la agricultura mediterránea y con el claro objetivo de convertirse en el foro, un espacio único, en el que los profesionales de la Agronomía que trabajan en los diferentes subsectores de la Producción Vegetal, como pueden ser la agricultura o los espacios verdes y forestales, puedan reunirse para analizar y debatir su futuro. De este modo, el evento pretende ser un lugar en el que todos los participantes puedan exponer sus ideas e intercambiar impresiones, además de divulgar su trabajo o trazar las directrices so-

bre las que habrá de construirse el futuro de este sector.

La organización de Vegetal World considera que la agricultura es una actividad cada día más compleja y exigente y, por ello, cree necesaria la formación y capacitación de los profesionales que trabajan en ella. Para apoyar esta firme apuesta por la formación, Vegetal World cuenta con un completo programa de jornadas técnicas y talleres que ayudarán, precisamente, a divulgar las prácticas rigurosamente contrastadas, destacando métodos, técnicas, productos o herramientas que ayuden al neces-

ario avance de la Agronomía actual. Pero no sólo eso.

La agricultura moderna busca ser una actividad cada día más competitiva y, para ello, se hace necesario incrementar su rentabilidad. En esta línea, el evento valenciano pretende convertirse en un escaparate para nuevos productos y maquinaria que ayuden al productor a reducir costes y, por tanto, a incrementar su rentabilidad. Según la organización de la cita, en un mercado cada vez más global, el agricultor se pregunta qué cultivar y cómo hacerlo. Para responder a ambas cuestiones, Vegetal World pone

a su disposición toda la información necesaria sobre nuevas variedades, más productivas y resistentes, así como nuevos sistemas de cultivo más eficientes. El productor tiene que conocer las tendencias de futuro y saber hacia dónde va el mercado y, precisamente, éste es el tipo de información que hallará en Vegetal World.

En esta misma línea, la calidad y la seguridad, así como la sostenibilidad y respeto por el entorno son otras de las cuestiones que están muy presentes. El consumidor actual quiere calidad y exige seguridad; por ello, demanda información sobre los procesos y los materiales que se han empleado en el cultivo. Del mismo modo, la actividad agraria debe ser, cada día más, una actividad respetuosa con el medio ambiente y, para ello, hay que aprender a producir bajo los cánones de la producción integrada, ofreciendo productos con residuos cero, o bajo los métodos de la producción ecológica.

Vegetal World, como todo evento de estas características, tiene un claro componente comercial, aunque, sobre todo, destaca su evidente interés en la divulgación técnico-científica en torno a la agricultura.

Agronutrientes, maquinaria, riego o semillas tienen claro protagonismo

En este espacio único de debate y divulgación que es Vegetal World, tienen cabida todo tipo de empresas y asociaciones empresariales relacionadas con el mundo de la Sanidad Vegetal. De este modo, en esta primera edición del evento, participan compañías del ámbito de los medios de defensa de Sanidad Vegetal, como pueden ser los tratamientos fitosanitarios o los empleados en el control de plagas. Del mismo modo, entre las empresas que estos días se dan cita en Valencia, también las hay de sectores como la maquinaria agrícola, el agua y el riego, fabricantes de fertilizantes, nutrientes y fitofortificantes, material vegetal, semillas, protección ambiental y un largo etcétera. Asimismo, también participan asociaciones como AEFA, AEPLA o AESAVE.

El evento cuenta con jornadas y talleres de divulgación científica

Al evidente carácter comercial que tiene Vegetal World hay que unir su faceta congresual, con la que la organización busca divulgar los conocimientos generados a través de la ciencia y su aplicación. En este sentido, durante los tres días que dura Vegetal World, el evento albergará una serie de jornadas técnicas y talleres a tra-

vés de los que se darán a conocer las novedades en métodos y productos que ayudarán al avance y desarrollo de la agricultura.

De este modo, y dentro del programa de jornadas técnicas previsto, el evento acogerá jornadas sobre 'El asesor en la aplicación de la Gestión Integrada de plagas (GIP)', la 'Gestión profesio-

nal de la Sanidad Vegetal en los espacios verdes públicos y jardinería' o 'Nuevos cultivos y nuevas variedades de cultivos tradicionales'. Asimismo, Vegetal World es el marco en el que se desarrollarán actos como Biocitrics, el symposium sobre citricultura ecológica organizado por la Sociedad Española de Agricultura Ecológica (SEAE), u Original Vegetal, una muestra gastronómica y de denominaciones de origen, entre otras actividades.

ENTREVISTA

MIGUEL BIXQUERT ■■■ DIRECTOR DE VEGETAL WORLD

“Queremos que Vegetal World sea un punto de encuentro pero, sobre todo, un lugar de trabajo”

Desde la organización han elaborado un completo programa de actividades para que lo importante sea la información, no el producto

■ Isabel Fernández

“Investigación, transferencia y campo”. Así define Miguel Bixquert, director de Vegetal World, los tres pilares sobre los que se asienta este evento sin precedentes en el sector agroalimentario. Y es que, a diferencia de otras citas, más volcadas con la comercialización y la postcosecha, Vegetal World gira en torno a la industria auxiliar y, sobre todo, la divulgación de sus éxitos y novedades, clave para que la agricultura mediterránea esté a la vanguardia.

Pregunta.- ¿Por qué nace Vegetal World?

Respuesta.- La feria hunde sus raíces en una reflexión interna que realiza Feria Valencia sobre lo que sería el nuevo formato de los certámenes. Nosotros pensamos que el concepto tradicional de feria, donde lo importante era el stand, la azafata y el jamón, está totalmente superado y ahora las ferias son, básicamente, un punto de encuentro y, sobre todo, una fuente de información. La gente va a las ferias buscando información, no buscando producto y, por ello, pensamos que había que trasladar este nuevo concepto de feria al mundo de la agricultura. Trasladamos este planteamiento al sector agroalimentario y vimos que había dos momentos claramente definidos: postcosecha y comercialización e investigación, transferencia y campo. En postcosecha y comercialización hay un líder mundial que es Fruit Logística y un líder nacional, Fruit Attraction. Sin embargo, en investigación, transferencia y campo no es que no exista la Fruit Logística del campo en España, tampoco existe en el mundo.

P.- ¿Había entonces un hueco en el mercado?

R.- Desde luego. Es cierto que hay una gran feria de maquinaria en Zaragoza, que en Lérida se han hecho cosas con la fruta dulce, en Almería con los cultivos bajo abri-



■ Miguel Bixquert, director de Vegetal World. /FHALMERIA

go... Pero ese concepto de agricultura mediterránea, en general, no existía. Entonces, apostamos claramente por este evento, pero desde un formato técnico, profesional, y donde lo importante no es el producto, sino la información. Más tarde entramos en contacto con la revista Phytoma y decidimos trabajar juntos.

P.- ¿Qué acogida encontraron por parte del sector?

R.- La verdad es que, cuando tuvimos todo esto claro y salimos a vender, la gente lo acogió bien, aunque las empresas nos dijeron que, si realmente queríamos que el profesional fuese a este nuevo certamen y aprovechara el tiempo, había que hacer talleres, demostraciones... Por ello, estamos haciendo talleres de calibración de equipos, de poda e injertos, para semilleros... Queremos que esto sea un punto de encuentro pero, sobre todo, un lugar de trabajo.

P.- ¿Existe la necesidad de un foro de estas características?

R.- Sin ninguna duda. Le puedo decir que yo, que llevo bastante tiempo en Feria Valencia, recuerdo que, cuando empecé a trabajar aquí, cualquier cosa que sonara a tecnología agraria, la buscábamos en Holanda o en Israel. Hoy en día, las empresas de Almería, por ejemplo, saben más que nadie sobre riegos o de cultivos protegidos, mientras que, sobre cambios varietales hay empresas en Extremadura, en Murcia o en Valencia que van muy por delante. En agrónomos, además, España es una potencia mundial. Le diré que hemos salido a promocionar este certamen en el extranjero y viene mucha gente de lugares que tienen un clima parecido al nuestro. Viene gente del norte de África, de Grecia, Turquía, Italia, del sur de Francia, de Colombia, Ecuador, Chile, Sudáfrica...

P.- ¿El hecho de que la tecnología agraria sea la protagonista es lo que diferencia a Vegetal World de otros eventos?

R.- Desde luego que sí. Yo siempre digo que, cuando el tomate está maduro, ya no entramos. Fuimos a hacer una presentación de Vegetal World en FEPEX, pero nosotros no entraremos nunca en lo que sería postcosecha y comercialización. Ellos ya tienen un gran proyecto, han sido capaces de aglutinar a todo el sector exportador, pero, en nuestro caso, básicamente, nos vamos a centrar en la investigación, la transferencia y el campo.

P.- ¿Se puede llegar a un perfecto equilibrio entre la divulgación y el carácter comercial que, como todas las ferias, también tiene Vegetal World?

R.- Para alcanzar el equilibrio, hay que inculcar un sentido de la profesionalización tanto al expositor como al visitante. Ir a una feria supone un esfuerzo logístico y económico, piensen ustedes que están trabajando. El visitante puede ser el responsable de una explotación, el director técnico de una

cooperativa, un almacenista o una empresa de suministros agrícolas que van a estar un día en Valencia y quieren ver cómo alguna empresa ha resuelto el tema de la maquinaria, de los pesticidas y, para ello, le interesa ir a las jornadas. Sin embargo, puede que un ingeniero agrónomo, que está más al corriente de temas de carácter divulgativo, prefiera ‘bucear’ en la parte comercial.

P.- ¿Qué objetivos concretos se han marcado para esta edición de la feria?

R.- La verdad es que esos objetivos los hemos alcanzado ya. Queríamos superar los 100 expositores y los hemos superado, queríamos superar los mil congresistas y ya los tenemos, queríamos llenar el pabellón, que tiene 12.000 metros cuadrados, y ya lo hemos llenado. ¿Cuál es ahora nuestro mayor esfuerzo? Conseguir que, verdaderamente, el profesional que venga a visitarnos obtenga tanto información de producto como información de carácter técnico que justifique su desplazamiento.

P.- Evidentemente, la feria nace con afán de continuidad pero, sin lugar a dudas, esta primera edición va a ser una prueba de fuego.

R.- Por supuesto que nace con afán de continuidad. La idea que teníamos era organizar un certamen con carácter bienal. Celebraremos dos ediciones consecutivas, en 2013 y en 2014, para consolidarlo y, a partir de ahí, será un certamen con carácter bienal, aunque estaremos siempre abiertos a lo que diga el cliente.

P.- ¿Cuál sería el balance que le gustaría hacer de esta primera edición de Vegetal World?

R.- Tenemos los expositores, tenemos los congresistas, tenemos el pabellón... Lo único que nos queda es no defraudar al visitante. Para mí sería fundamental que un señor que haga un esfuerzo por venir no se sienta defraudado porque, tras pasar por Vegetal World, habrá podido hablar con técnicos, conseguido proveedores, partners... La agricultura es, ante todo, un negocio y aquí tiene que ganar todo el mundo. Si gana todo el mundo es cuando, verdaderamente, la agricultura tiene futuro.

NUEVAS ESTRATEGIAS DE PROTECCIÓN VEGETAL

Fitovacunas vegetales, cambiando la forma de hacer agricultura

LIDA Plant Research ha desarrollado en los últimos años diferentes formulados que actúan como inductores de resistencia vegetal

■ CIA

El desarrollo de nuevas estrategias de protección vegetal frente a los diferentes tipos de estrés es un objetivo prioritario para el mantenimiento de la competitividad del sector productivo agrícola en general. Los avances en el conocimiento de los mecanismos de resistencia de las plantas permiten desarrollar nuevas tecnologías y estrategias de protección vegetal más eficaces y respetuosas con el medio ambiente, que contribuyan a impulsar una agricultura sostenible y competitiva.

Entre las nuevas tecnologías con potencial de desarrollo se encuentran



■ Las 'vacunas vegetales' suponen un ahorro de costes para el agricultor.



■ Logo de la empresa.

tra el uso en protección vegetal de la resistencia inducida vegetal, que puede permitir una activación 'a la carta' de los mecanismos de resistencia de las plantas mediante la aplicación de moléculas específicas que tengan la capacidad de potenciar la resistencia natural de las plantas. Estas moléculas, al ser

aplicadas sobre las plantas, son reconocidas por receptores específicos presentes en sus células y activan los mecanismos de resistencia de las plantas, lo que puede contribuir a mitigar o erradicar los daños producidos en el cultivo por los diferentes tipos de estrés a los que están sometidos.

LIDA Plant Research ha desarrollado en los últimos años diferentes formulados que actúan como inductores de resistencia vegetal. Plant Response Biotech, spin-off de la Universidad Politécnica de Madrid y liderada por Antonio Molina, ha demostrado en los últimos años el potencial de la resistencia inducida y ha desarrollado métodos de análisis molecular y ensayos de resistencia para determinar la capacidad de diferentes formulados/materias activas de activar los mecanismos de resistencia de las plantas.

La alianza estratégica entre Lida Plant Research y Plant Response Biotech pretende explotar las tecnologías más modernas para validar la capacidad de diferentes sustancias de activar los mecanismos de resistencia de las plantas, como paso previo a la comercialización futura de una nueva generación de productos o medios de defensa fitosanitaria.

Durante la primera edición de Vegetal World, las personas que visiten el stand de LIDA podrán profundizar más en los mecanismos que utiliza la planta para defenderse y conocer más de cerca un laboratorio biotecnológico, donde se procederá a la vacunación de plantas modelo Arabidopsis thaliana y se analizará la inducción de la expresión de genes de defensa marcadores de distintas rutas de señalización.

Pero, ¿qué es una 'vacuna vegetal'? Es una sustancia que, aplicada al cultivo de forma preventiva y sistemática durante su ciclo, es capaz de activar su sistema inmune para poderse defender. Estas sustancias que actúan como 'vacunas vegetales' se encuentran en la propia pared celular de las plantas, por tanto son sustancias que están en la propia naturaleza y no tienen ninguna toxicidad.

Entre las principales ventajas destaca el hecho de que el agricultor puede tener un ahorro de costes significativo, ya que al prevenir las enfermedades no es necesario realizar tantos tratamientos fitosanitarios. Además, se ha demostrado que los tratamientos preventivos aumentan la cantidad y la calidad de la producción.



...cambiando la forma de hacer agricultura



fitovacunas vegetales
la nueva tecnología para la defensa de los cultivos



Conozca las fitovacunas vegetales los próximos
2-4 Octubre en el Congreso Vegetal World



www.lidaplantresearch.com
info@lidaplantresearch.com



fitovacuna® es una marca registrada por LIDA Plant Research.



MAYOR PROMOCIÓN

Más de 150 empresas extranjeras participan en los encuentros bilaterales con expositores

La feria ha permitido a los participantes preparar una amplia agenda de reuniones con potenciales clientes o socios tecnológicos

■ Isabel Fernández

“El visitante de una feria valora más el tiempo que el dinero”. Así lo afirma Miguel Bixquert, director de Vegetal World, quien explica que, precisamente ahí, reside la razón de ser de los encuentros bilaterales programados en el marco del evento. El objetivo de estos Bilateral Meetings es permitir a las empresas expositoras que puedan dar a conocer sus productos y, sobre todo, su ‘know how’, a potenciales clientes llegados de diferentes mercados internacionales. Según Bixquert, “la idea es que los participantes en la muestra den también el salto internacional”. Y es que, “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”.

Para ello, las empresas expositoras, con la ayuda de la organización de Vegetal World, han previsto una amplia agenda de encuentros con las más de 150 compañías extranjeras que han confirmado su visita. En este sentido, Miguel Bixquert explica que “nosotros les organizamos la agenda, con entrevistas de media hora, y, a partir de ahí, si las estrategias, precios y productos cuadran, se pueden poner a trabajar”. Y es que, tal y como insiste Bixquert, “el visitante de una feria valora más el tiempo que el dinero”, luego, por qué no hacer posible que “un señor que venga de Croacia y que busque un proveedor español de fitosanitarios pueda mantener cinco reuniones de media hora en una sola mañana”. En última instancia, continúa el director de Vegetal World, “estamos hablando de optimizar al máximo la visita de quienes vengan de Grecia, de Turquía o de cualquier otro país”.

Estos encuentros están dirigidos, además, a todos los sectores de la producción agraria, des-



■ Estos encuentros bilaterales se desarrollarán tanto en el marco de Vegetal World como de Iberflora. /FHALMERIA



■ El evento ha previsto entrevistas de media hora entre empresas españolas y visitantes. /FHALMERIA

Países como Turquía, Costa Rica, Alemania o Polonia, presentes

Las más de 150 empresas extranjeras participantes llegan a Vegetal World procedentes de los destinos más dispares del mundo. De este modo, y según apuntan desde la organización del evento, instituciones de países como Turquía, Costa Rica o Alemania han confirmado su participación mediante la coordinación de grupos de empresas

participantes. Asimismo, otros organismos de Israel, Italia, Polonia, Francia, Paraguay, Bulgaria o Rusia también prevén acudir a la cita acompañando a sus empresarios.

Con esta acción, los coordinadores del evento confían en incentivar que el producto y el ‘know how’ español crucen fronteras y que las

últimas innovaciones dentro del sector verde y el ámbito de la tecnología para la agricultura mediterránea se den a conocer en los mercados foráneos.

Vegetal World abre así la puerta a la colaboración de empresas nacionales y extranjeras, permitiendo a las primeras llegar a nuevos mercados y abrirse a nuevos horizontes. La internacionalización, por tanto, también es un aspecto clave en esta primera edición del evento.

de la agricultura de precisión, agronutrientes, biotecnología agraria o nuevos cultivos alternativos hasta sistemas de producción ecológica, y se centrarán en las áreas de investigación, producción e innovación agraria. Asimismo, participarán compradores, distribuidores o empresas de sectores innovadores y de base tecnológica. Con todos estos ‘ingredientes’, no es de extrañar que Miguel Bixquert afirme que “estamos convencidos de que el evento va a suponer una plataforma única para compartir tecnologías y productos innovadores”, así como para “iniciar contactos para futuros acuerdos de colaboración y encontrar nuevos socios empresariales”.

La iniciativa de los Bilateral Meetings ha sido posible gracias a la colaboración de la firma Gies-Arvet, grupo especializado en la internacionalización de empresas. Los encuentros previstos tendrán lugar en el marco tanto de Vegetal World como de Iberflora, la Feria Internacional de Planta y Flor, Tecnología y Bricojardín.

ENTREVISTA

CARLOS BAIXAULI ■ ■ ■ DIRECTOR DEL CENTRO DE EXPERIENCIAS FUNDACIÓN CAJAMAR VALENCIA

“Los supermercados buscan un producto ‘estrella’ que pueda estar en su lineal el mayor tiempo posible”

Entre esos productos ‘estrella’ se encuentran algunos de los cultivos emergentes que se muestran en una jornada

■ Isabel Fernández

Cajamar Caja Rural organiza, en el marco de Vegetal World, una jornada sobre ‘Cultivos emergentes’, que se desarrollará durante los tres días que dura el evento. En esta jornada, y según explica Carlos Baixauli, director del Centro de Experiencias Fundación Cajamar Valencia, se abordará la posibilidad de implantar otros cultivos en la agricultura mediterránea con el fin de lograr una mayor liquidez para el productor.

Pregunta.- Dentro del programa de Jornadas Técnicas de Vegetal World, Cajamar Caja Rural organiza una jornada sobre ‘Cultivos emergentes’. ¿Cómo surge la idea para ponerla en marcha y qué objetivos se persiguen con ella?

Respuesta.- En la Comunidad Valenciana, hemos vivido años de malas liquidaciones en los cultivos cítricos, sobre todo en naranjas y clementinas, y, a raíz de ahí, han surgido los cultivos emergentes o cultivos alternativos. En ese sentido, Cajamar, en apoyo al sector agrario, ha puesto en marcha una línea de financiación gracias a la que, los agricultores que quieran cambiar de variedades o quieran cambiar a esos cultivos alternativos puedan hacerlo. En esta línea, Fundación Cajamar Valencia se ha preocupado de documentarse y contactar con los diferentes especialistas en aquellos cultivos que consideramos emergentes porque están sirviendo, en parte, para paliar esta crisis cítrica. Había parcelas de naranjos y clementinas que se estaban abandonando y cuyo propietario, quizás porque no era un agricultor a título principal, había tirado la toalla. Ahora mismo, está habiendo una cierta recuperación de esas parcelas abandonadas, buscando como alternativas esos cultivos emergentes.

P.- Entre esas alternativas que abordarán durante la celebración de las jornadas se encuen-



■ Carlos Baixauli, director del Centro de Experiencias Fundación Cajamar Valencia. /FHALMERIA

tran ciertos frutales de hueso.

R.- Efectivamente. Las frutas de hueso suponen una alternativa muy importante, sobre todo lo que es el melocotón y, dentro de él, los paraguayos y las platerinas. La puesta en marcha de estas plantaciones ha dado lugar a unas liquidaciones interesantes, ligadas, además, a la modernización. Estamos hablando de plantaciones con una cierta innovación, ya no sólo en la forma de plantar, sino también en la forma de cultivar, con nuevos sistemas de aclareo de flores y, por lo tanto, luego, de fruta. Esta última es, por ejemplo, una de las labores culturales que requiere una mayor mano de obra en estos cultivos y que, gracias a esos nuevos sistemas, se puede reducir.

P.- Son cultivos que, por tanto, pueden llegar a ser rentables en la zona.

R.- Ahí está. Tenemos cultivos, como por ejemplo el caqui, que se ha plantado mucho, sobre todo en los últimos años, y cuyo consumo también ha crecido mucho, debido a la nueva modalidad de presentación de la variedad ‘rojo brillante’, que es la que, principalmente, se hace aquí y gracias a esas nuevas presentaciones, como el caqui Persimon, que se puede comer como una manzana. En el caso del Persimon, se le elimina

la astringencia con determinadas técnicas postcosecha y, gracias a ello, el fruto se puede consumir como una manzana, lo que ha ayudado a incrementar de forma muy considerable el consumo en los últimos años. Aún así hay que decir que las plantaciones se han incrementado a tal ritmo que, de aquí a unos años, podremos ver un cierto desfase entre el aumento del consumo y el de la producción.

P.- ¿Tienen fácil cabida en el mercado?

R.- Así es y, de hecho, en el caso concreto del caqui, se están buscando nuevas variedades que permitan alargar la campaña o bien diferentes tratamientos en postcosecha que ayuden a ampliar lo más posible su período de comercialización.

P.- Esta última es una ventaja no sólo para el consumidor, sino también para la distribución, que podrá contar con esta referencia en sus lineales durante, prácticamente, todo el año.

R.- Desde luego que sí. A los supermercados les gusta ver en sus lineales productos ‘estrella’ como pueden ser estos y, cómo no, buscan una continuidad. Desde nuestro punto de vista, intentamos apoyar el producto de temporada, pero la verdad es que los supermercados, cada vez más, buscan la ro-

tura de la estacionalidad y conseguir un producto, sobre todo si es ‘estrella’, que pueda estar en su lineal el mayor tiempo posible.

P.- Cajamar Caja Rural ha puesto en marcha una línea de financiación específica para agricultores que quieran cambiar de variedad o iniciarse en estos cultivos emergentes. ¿Están siendo muchos los productores que recurren a ustedes en busca de esa financiación?

R.- La verdad es que sí. Al igual que se abordará en el programa previsto para estos días en Vegetal World, Fundación Cajamar Valencia ha puesto en marcha diferentes cursos itinerantes, que se han movido por diferentes poblaciones, para divulgar este tipo de cultivos y que, al final, han tenido una acogida importantísima y han motivado mucho a los agricultores. Además de los cultivos que ya le he comentado, también les hemos expuesto la posibilidad de plantar kiwi, granado y cultivos subtropicales, como por ejemplo el aguacate. Para hablar de estos últimos cultivos, hemos contado con nuestros compañeros de Las Palmerillas, en El Ejido. Junto a todo esto, tenemos otras propuestas como son los pequeños frutos: arándanos, frambuesas... Todos ellos son productos a los

que el consumidor recurre cada vez más por su poder antioxidante, al igual que pasa con la granada. Y, claro está, no nos podemos olvidar de los hortalizas y, dentro de ellos, lo que en esta jornada hemos denominado especialidades en hortalizas, como pueden ser productos snacks, las lechugas con raíces, lechugas baby leaf... En definitiva, productos que rompen totalmente con lo que estábamos acostumbrados a observar. Los cultivos hortalizas en la Comunidad Valenciana han ido a menos, pero tienen muchas posibilidades.

P.- En el fondo, todos los cultivos de los que habla podrían cultivarse sin problemas en la cuenca mediterránea.

R.- Claro que sí y, es más, para conseguir lo que le decía antes, para tener en el lineal, por ejemplo, lechugas los doce meses del año, pues no sólo hay que quedarse en la cuenca mediterránea, sino que, a lo mejor, hay que subirse a alguna altiplanicie en la época de verano para, por la noche, aprovechar las temperaturas más frescas y evitar una serie de problemas que se producen si cultivamos en las zonas costeras de julio a septiembre. Por lo tanto, en el área mediterránea, pero metiéndonos un poco hacia el interior y llegando a zonas con cierta altitud, existe la posibilidad de producir muchos de estos productos, no los frutales, pero sí muchos de los hortalizas, durante los doce meses del año.

P.- Como ha comentado, muchos de esos cultivos alternativos pueden ser especialidades, ya sean hortalizas snack o lechugas con raíces. ¿Suponen una forma de lograr una mayor rentabilidad para el agricultor y, a su vez, de llegar a un consumidor más exigente?

R.- Estos productos permiten llegar a mercados muy diferentes y de manera muy atractiva. Los snacks, por ejemplo, se venden en máquinas expendedoras con control de temperatura. Igual que compramos bollería, existe ya la posibilidad de adquirir en estas máquinas hortalizas snack. Luego, ya no hace falta irse a la verdulería para adquirir, por ejemplo, un pimiento sweet bite.

CONGRESO INTERNACIONAL

En las jornadas técnicas se debatirá sobre plagas, jardinería y cultivos emergentes

Cajamar y el IVIA organizan toda una programación acerca de nuevos cultivos y nuevas variedades de cultivos tradicionales que tendrá lugar entre los días 2 y 4 de octubre en el Centro de Eventos, Sala 3A, en el recinto de la Feria Valencia

■ Rafa Villegas

Vegetal World se ha propuesto ser muy útil para los profesionales del sector agrario. Para ello, en su primera edición, la organización ha previsto el desarrollo de una serie de jornadas técnicas muy enriquecedoras. Entre ellas destacan las de cultivos emergentes, la figura del asesor en la aplicación de la gestión integrada de plagas y otra sobre gestión profesional de la sanidad vegetal en los espacios verdes urbanos y jardinería.

La primera de ellas, la denominada 'Cultivos emergentes' corre a cargo de Cajamar Caja Rural y el Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (IVIA) y tendrá lugar los días 2, 3 y 4 de octubre en el Centro de Eventos, Sala 3A de Feria Valencia.

Entre los cultivos en los que van a fijar su atención en la jornada destacan el melocotón, el caqui, el kiwi, la granada, pequeños frutos como arándanos, frambuesas y grosellas, además de especialidades en hortalizas, como por ejemplo snacks nutritivos, lechugas con raíces y 'baby life' y, como no podía ser de otra manera, subtropicales, como el mango, el aguacate y la papaya.

De melocotón y caqui se hablará el miércoles 2. Carlos Bauxili, director del Centro de Ex-



■ Roberto García Torrente, director de la División de Servicio Técnico de Negocio Agroalimentario de Cajamar, será moderador.

periencias de Fundación Cajamar Valencia será el encargado de moderar las ponencias. Entre los ponentes se encuentra Ángel del Pino, director de I+D de Anecoop.

GESTIÓN DE PLAGAS

La jornada 'El Asesor en la aplicación de la Gestión Integrada de Plagas' (GIP) cuenta con la colaboración, entre otros, del Ministerio de Agricultura, Alimen-

SEAE, INIA, AVA-ASAJA y TRAGSA organizan sus propias jornadas en la Feria

Además de las jornadas técnicas organizadas por Vegetal World, en el marco del evento, la Sociedad Española de Agricultura Ecológica (SEAE) organiza la II Conferencia Internacional de

BIOCÍTRICS. INIA organiza un foro sobre cambio climático, una conferencia sobre financiación en I+D+i y, con TRAGSA, una jornada sobre riego. AVA-ASAJA hablará de comercialización.

tación y Medio Ambiente, Generalitat Valenciana, IVIA, Aepla, Anecoop, Syngenta, Bayer y Sipcarn Iberia y lo patrocinan, entre otras empresas, Grupo Agrotecnología, Seipasa, Monsanto y Sigfito.

Esta jornada técnica se divide en cinco grandes bloques. El primero de ellos se centrará en 'El Asesor en la puesta en práctica del R.D. 1311 de Uso Sostenible de los Productos Fitosanitarios'. A continuación, ya a las 13:15 horas comenzará el bloque denominado 'Métodos en Sanidad Vegetal para la GIP', hasta las seis y media de la tarde. Y ya para concluir el primer día se cerrará con el bloque III: 'Herramientas para la aplicación de la GIP', que continuará de 9:30 a 14 horas del jueves.

En la tarde del jueves dará comienzo el bloque IV: 'Programas de GIP en los principales Grupos de Cultivos', mientras que estas jornadas concluirán con el bloque V: 'Aplicación de las TICs en la Sanidad Vegetal'.

'JARDINES SANOS'

La jornada sobre jardines tendrá lugar los días 3 y 4, patrocinada, entre otros, por Koppert. En ella, los profesionales aprenderán a controlar mejor las plagas y gestionar y mantener mejor los jardines. Patricia López-Mancisidor, de Asuntos Técnicos y Reglamentarios de AEPLA, hablará de fitosanitarios en jardines.

DEL 2 AL 4 DE OCTUBRE

La Feria acoge talleres sobre 'Calibración de los Equipos de Aplicación de productos fitosanitarios'

■ R. V. A.

El amplio programa de actividades y jornadas de la primera edición de Vegetal World también incluye talleres. Así, durante los tres días de duración del evento se llevarán a cabo los de 'Calibración de los Equipos de Aplicación de productos fitosanitarios', así como talleres de poda y de injerto en cítricos y frutales, entre otros. El primero de ellos tendrá lugar en la zona ajar-

dinada de Feria Valencia, mientras que los demás se desarrollarán directamente en el pabellón.

Respecto a los talleres de calibración, AEPLA y Syngenta, entre otros, son los encargados de su patrocinio. Estos talleres se impartirán en grupos reducidos de un máximo de 20 asistentes, previa inscripción, y tendrán una duración aproximada de una hora y media.

Expertos del Centro de Agroingeniería del IVIA serán los en-

cargados de dirigir estos talleres, que tienen como objetivo lograr un uso más eficiente de los fitosanitarios, además de conseguir un menor impacto contaminante en la aplicación agraria de pesticidas.

En la actualidad, lo cierto es que son varios los problemas que se registran en la aplicación de tratamientos fitosanitarios debido, principalmente, a que en ocasiones la maquinaria que se utiliza para la distribución de in-



■ Productos fitosanitarios. /FHALMERIA

secticidas no está siempre bien regulada.

Por ello, los talleres de Vegetal World mostrarán cómo usar correctamente los turboatomizadores o atomizadores que se emplean hoy en día en el campo para aplicar correctamente los productos fitosanitarios; encuentros en los que se explicará, en detalle y de forma práctica, cuestiones clave como la regulación adecuada del caudal de las máquinas o la correcta orientación de boquillas.

Germán Canomanuel, stewardship manager de Syngenta, y Elías Más, Field Expert de Syngenta, hablarán de 'Herramientas de sostenibilidad' en los talleres de calibración.

EN EL MARCO DEL PLAN ESTATAL Y DEL HORIZONTE 2020

Expertos tratarán las estrategias de financiación de I+D+i agroalimentaria

■ E. Sánchez

Este día 2 de octubre se celebrará dentro del marco de Vegetal World una jornada informativa sobre las posibilidades y estrategias de financiación de proyectos de I+D en el sector agroalimentario de cara al próximo programa Marco de la Unión Europea, Horizonte 2020. La jornada está organizada por el Instituto Nacional y Tecnología Agraria y Alimentaria y la Feria Valenciana.

En este sentido, el programa se ha dividido en seis puntos concretos en los que se tratarán los temas más importantes sobre el asunto. El primero de ellos, dirigido por Manuel Lainez Andrés, director del INIA, se encargará de hacer una pequeña introducción y programa Horizonte 2020. A continuación, y con una duración estimada de 35 minutos, la subdirectora general de Planificación y Seguimiento de la Investigación y secretaria de Estado de I+D+i, Clara Eugenia García, dará una ponencia sobre el Plan Estatal I+D+i.

HORIZONTE 2020

La tercera actuación de la tarde correrá a cargo de Andrés Montero, punto de contacto de INIA, quien dará a conocer más detalles sobre Horizonte 2020 y la EIP Agricultura y los

grupos operativos; mientras que Roberto Parras, de la Comunidad valenciana, hablará sobre las estrategias RIS3 en dicha comunidad.

CASOS CON ÉXITO

El quinto punto de la jornada informativa va a estar dedicado a ofrecer ejemplos de casos que han tenido éxito. Así, por ejemplo, José Pellicer, de Eurosemillas, S.A. Citrussec, tocará el asunto del genotipado y las herramientas genómicas para la mejora de cítricos, una presentación que se estima tenga una duración de 10 minutos, aproximadamente. Otro ejemplo será el que muestre Federico Pérez, de Pulverizados Fede, quien explicará el desarrollo de un equipo de pulverización autopropulsado. Los otros dos casos con éxito de los que se hablarán será sobre el proyecto Iberoeka, de Ecovitis, y el proyecto Reasoned, de Anecoop. Éste se trata de un sistema integrado para apoyar las decisiones de protección fitosanitaria, un caso que expondrá Ángel del Pino, de la propia empresa Anecoop.

Finalmente, dentro de esta jornada informativa que dará comienzo a las 16.00 horas y concluirá sobre las 18.40, se llevará a cabo una mesa redonda en la que se expondrán diversos puntos de vista.

SÉPTIMA EDICIÓN

Los Premios Iberflora Innovación reconocen el esfuerzo de las empresas

■ E. S. G.

Dentro de la celebración de Iberflora, del 2 al 4 de octubre, se llevará a cabo la séptima edición de los Premios Iberflora Innovación, un acto con el que se quiere otorgar "un público reconocimiento al esfuerzo que realizan las empresas en este sentido", explica Óscar Calabuig, presidente de Iberflora.

Y es que, el hecho de difundir las innovaciones y lo que éstas suponen para el sector, para el certamen no basta, puesto que "es crucial apostar por la innovación, la investigación y el desarrollo, ya que ningún sector puede avanzar hacia un futuro sin ello; y me refiero no sólo al sector que nos ocupa, sino a cualquier ámbito de actividad", concluye el máximo responsable de la feria.

ESPACIO GRATUITO



■ Interior de un invernadero tecnológico. /FHALMERIA

Vegetal World Innovación destaca y muestra aquellas propuestas que apuestan por el sector de la I+D+i

La muestra ha habilitado, dentro de su oferta expositiva, una cuidada selección de las innovaciones más relevantes de 2013

■ Elena Sánchez

El nuevo certamen Vegetal World Congress&Exhibition tiene por objetivo ofrecer al sector agrícola el escaparate más completo e innovador, así como las soluciones más avanzadas para reforzar la eficiencia de la actividad dentro del mundo de la agricultura. De hecho, el certamen va a reunir a todos los proveedores de I+D y tecnología agraria, para mostrar sus últimos avances y dar a conocer cuáles son las nuevas vías que ha tomado el sector para lograr estar a la última en cuanto a mejoras para el sector.

En este sentido, Vegetal World no podía dejar pasar la oportunidad y la necesidad de subrayar la importancia de la investigación, el desarrollo y la innovación en su primera edición. Y lo ha hecho replicando el modelo de Iberflora y habilitando dentro de su oferta expositiva una cuidada selección de las innovaciones más relevantes presentadas en 2013 por sus expositores.

GRAN INICIATIVA

Vegetal World Innovación se va a convertir en una iniciativa con



■ Cultivo de sandías. /FHALMERIA

la que se pretende destacar y mostrar aquellas propuestas que apuesten por la innovación y por la investigación en los diferentes sectores profesionales que componen la muestra. De hecho, se trata de un servicio gratuito al expositor de Vegetal World que podrá presentar sus novedades en un espacio específico, ofreciendo al visitante profesional todas las innovaciones que las empresas participantes presentan en la feria de manera agrupada.

Desde la organización de la muestra han dado a conocer que uno de los sectores de mayor importancia en el certamen será el de la gestión hídrica, que ya ha sellado la alianza entre fabricantes y compradores. Una zona específica en la que se instalarán diferentes elementos relacionados con la tecnología hídrica, con el fin de que los visitantes profesionales puedan ver en acción las soluciones que los expositores llevarán hasta Vegetal World.

AL INSTANTE



Con la aplicación, los agricultores y comerciales tendrán, al momento, los precios de las subastas.

Interfaz que se ve cuando se clicca en el menú principal en 'Precios' para elegir la subasta y el producto.

Una aplicación permite disponer de los precios de las subastas agrícolas al instante

Se trata de una sencilla herramienta, descargable para Android e iOS con las cotizaciones de alhóndigas de la provincia de Almería

■ CIA

Una sencilla aplicación descargable para Android e iOS va a permitir disponer en tiempo real de los precios de las principales subastas de hortalizas de la provincia de Almería. Con esta aplicación, miles de profesionales podrán tener en su dispositivo, gracias a un sistema de alertas, las pizarras de las alhóndigas almerienses, principal exponente de la producción y comercialización hortofrutícola en Europa, tanto por volumen de producción como de facturación final. La idea parte de la

necesidad de miles de agricultores y comerciantes, que necesitan el precio de referencia diario de sus hortalizas para realizar ventas, en el caso de los productores, o bien realizar compras por parte de los comerciantes y exportadores de frutas y hortalizas.

El complejo sistema de las subastas de hortalizas en Almería es muy ágil, pero son muchos los centros de comercialización y, por ello, la referencia del precio a cada minuto del día resulta indispensable, especialmente para los agentes comerciales. Es por todo ello que esta aplicación creada por Visofi Iniciativas, S.L., bajo el nombre 'PH' (abreviatura de Precios Hortícolas) pretende ser una herramienta de uso diario muy frecuente que dará agilidad a agricultores y profesionales de la comercialización en su función diaria.

Es la primera aplicación de estas características que se establece en el mercado de las aplicaciones, válida para las dos plataformas más importantes.

Su uso es muy intuitivo y sencillo. Fácil de configurar. Se ha creado en varios idiomas. Contempla un sistema de avisos configurable con diferentes sonidos que permite a los usuarios no tener que estar pendientes de la llegada de los precios. De momento, se podrá descargar a lo largo del mes de octubre y solo recogerá las subastas de Almería, no obstante, ya se está trabajando para que puedan aparecer también los precios de otras zonas importantes como Murcia, Granada y Málaga.

LA APLICACIÓN

Entrando en la aplicación, hay que indicar que se presenta con un logo

muy llamativo que se asemeja a la moneda del euro, pero basada en el negocio de las hortalizas. Es muy fácil de identificar porque, además, está adornada con hortalizas.

En la sucesión de imágenes de esta página y la siguiente se puede ver perfectamente cómo se desarrolla la operatividad de la aplicación gracias a su manejo útil y muy simple.

En la imagen superior a la izquierda, en esta misma página, se puede ver la interfaz de la aplicación. En el icono de 'Precios', identificado por el símbolo del Euro, se entra directamente a las diferentes subastas que se seleccionan pulsando la flecha en azul en una u otra dirección. Una vez elegida la subasta se puede elegir la hortaliza de la misma forma (pulsando la fecha en azul) y una vez seleccionada la hortaliza, en el siguiente

intervalo, aparece el tipo de pimiento que se desee ver. Los precios de las subastas se muestran de la siguiente forma: en la primera línea que aparece, se pueden ver los primeros precios de la hortaliza seleccionada, identificados con la fecha de los tres días anteriores al actual. Si suben o bajan, se muestra con una flecha roja en dirección ascendente o descendente, según corresponda. La celda más grande la ocupa el primer precio de la hortaliza durante la venta del día en la subasta elegida. Las últimas celdas corresponden a los precios sucesivos que están identificados con un número de orden (segundo, tercero, cuarto, etc...).

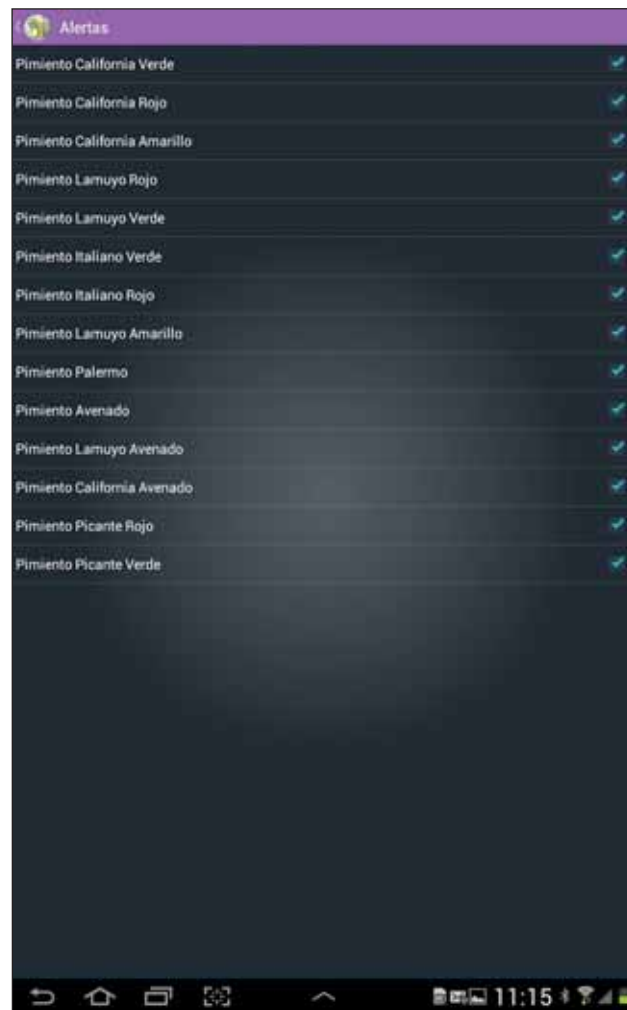
CONFIGURACIÓN

Para hacer más efectiva la aplicación se puede configurar como cada usuario quiera. Hay quienes pue-

AL INSTANTE



■ Selección de productos por subasta.



■ Selección de los tipos de un producto, en este caso pimiento.



■ Interfaz donde se informará de cambios de horarios de las subastas.

den estar interesados en el precio de todas las hortalizas en todas las subastas y en cambio otros pueden estar interesados en determinadas hortalizas, por ejemplo: pepino Almería, California rojo y tomate rama. Estos productos hortícolas se pueden seleccionar en todas las subastas y son los únicos precios que se ven.

Se pueden ver los precios por subastas o bien por productos. Dentro de los productos se pueden seleccionar variedades. Del mismo modo, se pueden elegir diferentes sonidos para las alertas que se reciben cada vez que se han subido precios de una subasta. Como está ideada para ser usada por el sector comercializador en toda Europa, Canadá y Estados Unidos, está diseñada para varios idiomas. En

las fotografías que ilustran la página se pueden ver todas estas herramientas que permiten adaptar la aplicación a las preferencias de cada usuario.

MENSAJES Y AJUSTES

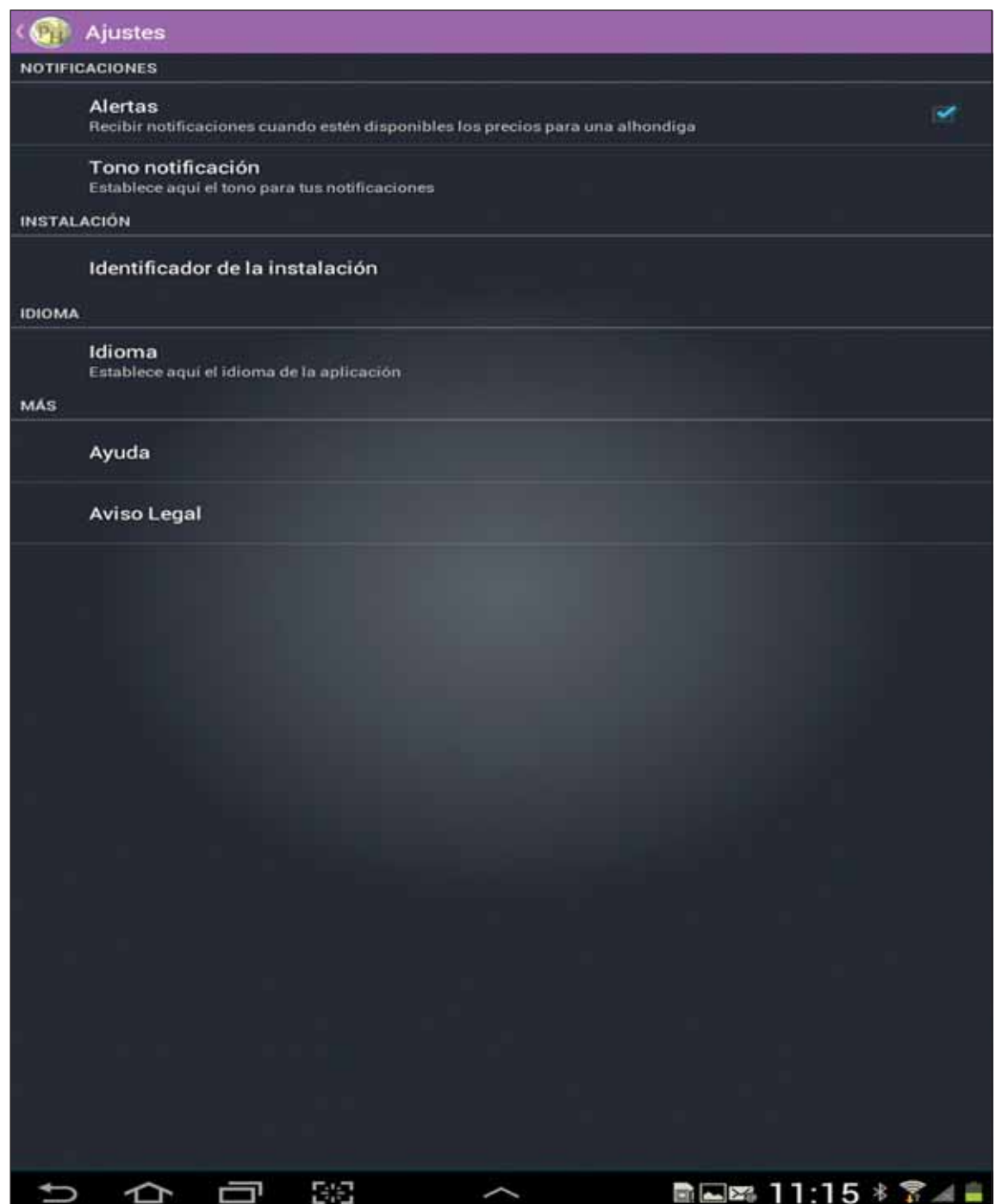
La aplicación también dispone de una ventana para recibir mensajes del operador que le permiten estar al día de informaciones relacionadas con la actividad comercializadora de frutas y hortalizas en las provincias de referencia (de momento, como ya se ha explicado, solo Almería).

Finalmente, la aplicación cuenta también con un apartado denominado 'Ajustes' donde se pueden seleccionar los diferentes tonos de alerta, el idioma deseado, así como el propio diseño de las alertas. No obstante, para evitar problemas en los momentos iniciales del uso de la aplicación, las alertas por defecto permiten ver todos los productos con todas sus variedades en todas las subastas que estén operativas en el momento de descargar la aplicación.

YA DISPONIBLE

La aplicación está disponible en versión para Android y también para iOS ya en el presente mes de octubre.

La aplicación, además, irá creciendo en la medida que los usuarios la vayan conociendo. Del mismo modo, se podrán incluir muchos otros servicios que en este momento se encuentran en fase de estudio.



■ Interfaz de la ventana de los ajustes donde seleccionar idioma, tono y alertas.

UN PROGRAMA ÚTIL

Dónde descargarlo: La aplicación se encuentra disponible para cualquier teléfono Android e iOS.

A quién va dirigido: Es de gran utilidad para los agricultores, que van a poder conocer los precios en el momento en su teléfono móvil, así como para compradores y demás profesionales del sector.

Disponible: La útil aplicación de Visofi Iniciativas se puede descargar desde la primera semana de octubre en diferentes idiomas.



Líderes
en el negocio
agroalimentario.

Cajamar ADN Agro

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

Desde siempre. **Forma parte de nuestro ADN.**



GRUPO
COOPERATIVO
CAJAMAR



cajamar
CAJA RURAL



CAJAMAR
ADN Agro



DEL 2 AL 4 DE OCTUBRE

Iberflora congrega a más de cuatrocientos expositores en su versión más internacional



La feria que llega este año a su 42ª edición reunirá a un millar de compradores procedentes de 32 países de todo el mundo. Páginas I a XII



ENTREVISTA

Óscar Calabuig
Presidente de Iberflora

“El valor relacional de Iberflora ha pasado a ser una herramienta comercial de primer orden” P. IV



APOYO A LAS EMPRESAS

Iberflora centra su atención en la innovación y reconoce las acciones más competitivas P. V

Almería se mantiene como cuarta provincia española en exportación de ornamentales

Página VI

Cactus Serrano, de El Ejido, se presenta como el mayor productor de cactus de España P. IX

La venta online y el futuro del sector, en unas jornadas que se presentan muy novedosas P. X

I Copa de Arte Floral Elisabeth Roselló P. X



El nuevo PH 3.2

Conoce en tiempo real el precio de las subastas de las hortalizas. 'Precios Hortícolas' es una elegante, práctica e intuitiva aplicación que permite un control directo de los precios agrarios.

En octubre disponible en las plataformas habituales de aplicaciones para iOS y Android



UN EVENTO MUY CONSOLIDADO



■ La feria espera congregar a más de 12.000 visitantes.

Iberflora abre con más de 400 expositores las puertas de su versión más internacional

El evento, que afronta este año su 42ª edición, reunirá a un millar de compradores llegados de 32 países de todo el mundo

■ Isabel Fernández

Iberflora afronta este año su 42ª edición y lo hace con el claro objetivo de ser aún más internacional. De hecho, éste es, según Óscar Calabuig, presidente de Iberflora, uno de los mayores retos a los que se enfrenta la muestra, “reforzar su carácter internacional”, aunque no es el único. Lograr una mayor profesionalización de la cita es otro de los objetivos marcados en una edición que alcanzará la cifra de participación de 2012 y, de este modo, superará los 400 expositores, en total, 416.

La mayor parte de los expositores de Iberflora, en concreto

el 82%, procede del mercado nacional, mientras que el 18% restante llega a Valencia procedente de 14 países diferentes repartidos por todo el globo. En cualquier caso, el presidente de Iberflora afirma que, llegados a este punto y cuando la feria ha entra-

do ya en una avanzada fase de madurez, “la apuesta ya no pasa por la cantidad, sino por la calidad de la oferta y es ahí donde Iberflora marca la diferencia”.

Y es que calidad es, sobre todo, lo que van a ofrecer esos más de 400 expositores que se dan cita

en Feria Valencia del 2 al 4 de octubre. Todos ellos, según la propia organización del evento, proceden de los sectores de la planta, la flor, salón de jardín y salón de tecnología. Frente a sí encontrarán a un importante número de visitantes, más de

12.000, según las primeras estimaciones, pertenecientes a centros de jardinería, viveros, jardineros-paisajistas, floristerías, grandes superficies, agrotiendas, e incluso, ferreterías.

Pero no sólo las empresas, a título individual, confían en Iberflora, sino también las asociaciones más representativas del sector. De este modo, prácticamente todas ellas estarán en el evento y lo harán para exponer la producción de sus empresas adheridas. Éste es el caso de ASO-CIAFLOR, de Andalucía, la Federació d'Agricultors Viveristes de Catalunya, la Asociación Profesional de Flores, Plantas y Tecnología de Hortícola de la Comunidad Valenciana (AS-FPLANT) y de la Asociación de Productores de Plantas de Galicia, ASPROGA, a través de la Xunta de Galicia. Todas estas asociaciones representan a las empresas de las zonas con ma-

Los nuevos canales de distribución para planta y bricójardín también tiene su espacio en el evento

Esta nueva edición de Iberflora pretende acercar, además, a sus expositores una representación del canal ferretero, una forma de distribución fuertemente enraizada y que, sobre todo en los últimos años, está alcanzando un gran auge. Para la organización de la cita, es indudable el éxito que tienen en las grandes superficies de brico-

laje los productos relacionados con el cuidado del jardín, como pueden ser los fitosanitarios, semillas, abonos, herramientas manuales, guantes o elementos de riego y pulverización; de ahí que hayan pensado en incluir esta forma de distribución dentro del certamen.

Los artículos relacionados con la flor y el jardín apor-

tan tráfico de clientes y rotación y rentabilidad por metro cuadrado, por lo que, según la organización de Iberflora, suponen una importante oportunidad de negocio para este canal tradicional, que cuenta entre sus puntos fuertes, además, con una atención personalizada y altamente especializada para sus clientes.

UN EVENTO MUY CONSOLIDADO



■ El arte floral, un año más, tendrá su lugar en la feria.



■ Las conferencias volverán a ocupar un lugar destacado.



■ La feria acoge a expositores llegados de 14 países.



■ Los artículos de jardinería también tienen cabida.

yor volumen de producción de planta ornamental.

COMPRADORES

Iberflora, como cualquier otra feria, tiene también un marcado carácter comercial y, de hecho, en esta ocasión, serán más de 1.000 los compradores que se den cita en Valencia, llegados de 32 países. Esta cifra pone de manifiesto esa gran apuesta por la internacionalización que Iberflora ha hecho este año, pero que ya comenzó a dibujarse durante su edición de 2012. Entonces, y ante la debilidad del mercado interno, Iberflora se abrió a los mercados exteriores con el firme propósito de impulsar la presencia y promoción del sector verde español fuera de las fronteras nacionales.

No se puede pasar por alto que la oferta del sector ornamental español (planta ornamental y flor cortada) es una de las más im-

portantes del mundo y que cuenta con una amplia demanda; de hecho, sólo en 2011, este sector reportó a España 220 millones de euros en concepto de exportaciones. Entre los principales mercados de la planta ornamental y la flor cortada española se encuentran Francia, Portugal, Italia, Reino Unido y Holanda, todos ellos países con presencia en Iberflora. Asimismo, este sector está creciendo en países como Alemania, Bélgica, Marruecos, Suiza, Argelia, Austria, Brasil, Andorra, República Checa y Dinamarca, destinos que tienen en Iberflora una interesante oportunidad para seguir conociendo la oferta ornamental de España y, cómo no, hacer negocio con muchas de las empresas participantes en la cita.

La feria completa su programa con una serie de jornadas técnicas, que organiza en colaboración con Vegetal World, y que

abordarán temas de actualidad como la Gestión Integrada de Plagas, la Gestión Profesional de la Sanidad Vegetal en los Espacios Verdes, Nuevos Cultivos y Nuevas Variedades de Cultivos Tradicionales y los Talleres sobre Calibración de los Equipos de Aplicación de Productos Fitosanitarios. Asimismo, volverá a organizar una nueva edición de los Premios Iberflora Innovación, que destacarán y mostrarán aquellas propuestas que apuesten por la innovación y por la investigación en los sectores de planta y flor, tecnología y jardín. Las empresas, productos y servicios galardonados se mostrarán en la zona de novedades durante la celebración del certamen.

Iberflora cuenta, de este modo, con todos los ingredientes para seguir siendo un evento de éxito que ayude a las empresas del sector a crecer.



■ La flor, cómo no, la gran protagonista. /FHALMERIA

ENTREVISTA

ÓSCAR CALABUIG ■ ■ ■ PRESIDENTE DE IBERFLORA

“Hoy en día, el valor relacional de Iberflora ha pasado a ser una herramienta comercial de primer orden”

El máximo responsable de la muestra asegura que uno de los principales objetivos es reforzar el carácter internacional de Iberflora

■ Elena Sánchez

Pregunta.- Apunto de que dé comienzo la 42 edición de Iberflora, ¿cómo han sido los preparativos de la feria y qué objetivos se han marcado para este año?

Respuesta.- Como usted bien dice, ya no queda nada para que la feria vuelva a abrir un año más sus puertas, y estamos ya ultimando detalles para cumplir con los objetivos marcados para la presente convocatoria. Y permítame señalarle que se trata de una edición especialmente trascendente para mí, ya que si bien mi vinculación a la muestra se remonta a muchos años atrás, es justamente en esta 42ª convocatoria cuando me estreno al frente de la Presidencia de la muestra. Nuestros objetivos han sido, en primer lugar, reforzar el carácter internacional de Iberflora. Pero también dar continuidad al excelente trabajo realizado hasta ahora por la organización del certamen, trabajando de forma intensiva para que los contenidos de Iberflora sigan sorprendiendo al visitante; y por ello son muchos los nuevos conceptos que proponemos en 2013. Por otro lado, al inicio de mi mandato hablaba de la necesidad de subrayar la importancia de la marca España como país productor y, en este sentido, hemos confeccionado distintos espacios monográficos dedicados a poner en valor el producto mediterráneo como rasgo diferencial.

P.- ¿Qué volumen de participación se espera a día de hoy?

R.- Nuestros esfuerzos han ido orientados a facilitar al máximo la participación de todas las empresas y todos los profesionales que operan a diario en el sector verde, tanto dentro como fuera de nuestras fronteras. Esfuerzos que se traducen en 2013 en una participación similar a la que alcanzó la muestra en 2012 -416 firmas expositoras- y máxime si tenemos en cuenta la comunión este año con la oferta de las empresas de tecnología agraria que participan en la nueva feria-con-



■ Óscar Calabuig se estrena este año al frente de la Presidencia de la muestra. /FHALMERIA

greso Vegetal World, que tiene lugar paralelamente a Iberflora. En cualquier caso, creemos que la apuesta ya no pasa por la cantidad, sino por la calidad de la oferta, y es ahí donde Iberflora marca la diferencia.

P.- El carácter internacional de Iberflora se va a potenciar en esta nueva edición, ¿a través de qué acciones se va a llevar a cabo este fin?

R.- Como le comentaba con anterioridad, si hay algo común a todas las ediciones de Iberflora es sin duda su vocación internacional. Y es precisamente en este capítulo en el que hemos concentrado todos nuestros esfuerzos en 2013. Este año y gracias a la colaboración de la firma Gies-Arvet hemos convocado encuentros bilaterales entre nuestros expositores y empresas, entidades y profesionales procedentes de distintos mercados extranjeros, interesados en el know how y la calidad de nuestros productos. Le puedo adelantar que tenemos ya 150 empresas foráneas confirmadas en los encuentros, procedentes de países como Turquía, Costa Rica, Alemania, Israel, Italia, Polonia, Francia, Paraguay, Polonia, Bulgaria y Rusia.

P.- A nivel informativo, ¿en qué momento se encuentra el sector de la planta ornamental y qué perspectivas de futuro tiene desde su punto de vista?

R.- La producción de planta ornamental, especialmente en nuestro país, sigue siendo un referente a nivel internacional. Sin embargo, las circunstancias presentes han debilitado considerablemente el mercado doméstico -esto es un hecho que no podemos negar- y por ello la voluntad exportadora de las empresas se ha reforzado en los últimos años. La salida de la crisis está en el exterior, principalmente con la exportación de nuestros productos hacia países europeos que tradicionalmente han sido nuestros compradores; pero también hacia nuevos destinos donde, por sus similitudes climáticas, nuestra planta puede encajar a la perfección, y donde se están acometiendo por iniciativa gubernamental amplios proyectos de paisajismo. De ahí los esfuerzos de Iberflora por reforzar en la presente edición su convocatoria más allá de nuestras fronteras.

P.- Las asociaciones profesionales, productores y empresas en general confían en este evento para mostrar y conocer lo más novedoso de este sector, ¿qué as-

pecto destacaría de Iberflora y cómo hay que trabajar para mantener a dicha feria en tan alto nivel?

R.- Sin duda, lo más destacable de Iberflora es que no se trata de una feria exclusivamente para el sector, sino de una feria que nace desde el sector y que tiene entre los miembros de su comité organizador a una significativa representación del mismo. Porque no olvidemos que todos los segmentos están representados en este órgano consultivo. Estamos hablando de una propuesta ferial que surge por y para el sector, con unos objetivos y estrategias en total sintonía con los propios de las empresas y entidades participantes. Y por todo ello nuestro trabajo se concentra en mantener ese nivel de compromiso e implicación sectorial. Además, cabe señalar que hoy en día el valor relacional de Iberflora ha pasado de nuevo a ser una herramienta comercial de primer orden.

P.- Dentro de la celebración de la feria se lleva a cabo Iberflora Innovación, que además también hace entrega de sus premios. ¿Hasta qué punto el sector de la I+D es importante dentro del ámbito de la planta ornamental y cómo está influyendo en su evo-

lución?

R.- Es crucial apostar por la investigación, la innovación y el desarrollo, puesto que ningún sector puede avanzar hacia un futuro próspero sin ello; y me refiero no solamente al sector que nos ocupa, sino a cualquier ámbito de actividad. Iberflora Innovación es un espacio que desde su puesta en marcha recibió el reconocimiento y la implicación de todos los participantes en el salón, y muy pronto nos dimos cuenta de la idoneidad de la iniciativa. A través de este espacio, damos a conocer aquellas innovaciones del mercado más destacadas en los sectores de planta y flor, tecnología y jardín. Pero además, siempre hemos sabido que no basta con difundir las innovaciones, sino que también es fundamental otorgar un público reconocimiento al esfuerzo que realizan las empresas en este sentido. Así nacen los Premios Iberflora Innovación, que este año celebran su séptima convocatoria.

P.- En esta ocasión se va a celebrar Iberflora junto con Vegetal World, ¿qué ventajas tiene para ustedes esta participación conjunta y qué puede aportar Vegetal World a estos días?

R.- Este año y por primera vez Iberflora se va a celebrar junto a otros certámenes y eventos que complementan con su temática la oferta ferial. Me refiero a Encaja (1ª Feria del Almacén, la Distribución y el Punto de Venta), pero especialmente a la celebración -también del 2 al 4 de octubre en Feria Valencia- de Vegetal World (1º Salón de la Innovación y Tecnología Agraria). El desarrollo paralelo de los dos certámenes significa la incorporación de empresas y actividades que van a enriquecer la exposición global, además de ampliar el público objetivo de ambos salones. Es importante reseñar que vamos a contar con la presencia masiva de compradores del canal agro-tienda, donde cada vez más se venden productos propios del certamen Iberflora. Por otro lado, Vegetal World representa la investigación y la innovación, especialmente en la agricultura mediterránea. Y esto estamos seguros va a resultar de gran interés, tanto para los expositores como para los visitantes de Iberflora.

APOYO A LAS EMPRESAS Y ENTIDADES MÁS PUNTERAS DEL SECTOR

Iberflora vuelca su atención en la innovación y reconoce las acciones más competitivas

Esta área está dedicada a dar a conocer cualquier tecnología, proyecto, producto o servicio de carácter innovador

■ CIA

Iberflora 2013 continúa impulsando la innovación y, por ello, sigue apoyando a las empresas y entidades más punteras del sector a través de Iberflora Innovación. En esta ocasión, Iberflora Innovación destacará y mostrará aquellas propuestas que apuesten por la innovación y por la investigación en los sectores de planta y flor, tecnología y bricojardín. Para ello, las empresas, productos y servicios seleccionados por el certamen se mostrarán en Iber-



■ Premiadados en la edición de 2012.

flora Innovación, que el certamen presenta por primera vez en este formato, tanto a los medios presentes en Iberflora, como a los visitantes profesionales.

OBJETIVO

El objetivo no es otro que promover y reconocer las acciones novedosas en tecnologías, pro-

ductos y servicios que promuevan la competitividad empresarial en el ámbito del certamen.

DESTINATARIOS

Iberflora Innovación se dirige a empresas y entidades expositoras de la feria, que tengan interés en dar a conocer cualquier tecnología o proyecto, producto o servicio de carácter innovador en los sectores de planta y flor, tecnología y bricojardín.

Dentro de esta sección, también se desarrollarán los Premios Iberflora Innovación, que este año cuenta con tres categorías: Planta y Flor, Bricojardín y Tecnología. Con estos premios no se pretende otra cosa que dar reconocimiento a aquellos proyectos que aportan grandes soluciones a los sectores de la flor y la planta ornamental.



■ Productos como estos llaman mucho la atención y dan colorido a la feria.



**CACTUS
SERRANO**

Cactus Serrano, el vivero con más variedad de cactus y suculentas de España



Tel: 607 385 220 - VIVERO: Salida de Autovía 406 - 04700 - El Ejido (Almería)

e-mail: cactuserrano@gmail.com

www.cactuserrano.es

UN SECTOR QUE VA A MÁS



■ Diferentes plantas ornamentales en Solisplant, uno de los mayores productores y comercializadores de plantas ornamentales y flores de la provincia. /FHALMERIA

Almería se mantiene como cuarta provincia española en exportación de ornamentales

Entre enero y junio, el subsector de la floricultura exportó producto valorado en 17 millones de euros, un 53% más que en 2012

■ Rafa Villegas

La provincia de Almería no sólo es la 'huerta de Europa' gracias a los millones de kilos de productos hortofrutícolas que cultiva y comercializa, sino que también es destacable en el subsector de las flores y plantas ornamentales. Concretamente, según los datos oficiales de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, elaborados a partir del último informe del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), el territorio almeriense lidera el ranking de provincias del sur de España en producción y exportación de las mis-



■ Cada día salen centenares de carros como estos repletos de planta almeriense para el resto de España y Europa. /FHALMERIA

mas, ocupando la cuarta posición en el ámbito nacional, tras Valencia, Alicante y Barcelona, con una cuota nacional del 11,2 por ciento.

En los seis primeros meses del año, en unas 390 operaciones comerciales, de la provincia almeriense salió un total de 12,3 millones de kilos de plantas vivas y flor cortada, lo que ha supuesto un incremento del 17 por ciento con respecto al mismo período del año anterior. De este volumen, 7 millones de kilos corresponden a las ventas de bulbos, plantones y plantas, un 43,4 por ciento más que en 2012. Lo que sí ha descendido ha sido la exportación de flor cortada, en concreto un 6 por ciento, hasta los 5,2 millones de kilos.

El valor de las ventas, entre enero y junio, ha alcanzado los 17,3 millones de euros, un 53,2 por ciento más que en los seis primeros meses de 2012.

UN SECTOR QUE VA A MÁS



Los productores almerienses destacan por la amplia variedad de flores y plantas que comercializan. /FHALMERIA



La dipladenia es una de las flores que más está de moda actualmente. /FHALMERIA



El spatifilium es una de las plantas ornamentales más bellas. /FHALMERIA



Poinsetias de Joepasur, la pasada Navidad /FHALMERIA

En cuanto a la facturación de las exportaciones de plantas ornamentales, ésta ha rondado los 16,6 millones de euros, un 56 por ciento más.

El valor de las ventas en el exterior de la flor cortada, por otro lado, ha ascendido en la primera mitad del año a 0,72 millones de euros, casi un 9 por ciento más que en el primer semestre del año pasado, por lo que se ha compensado con más precio el descenso de la producción.

PROFESIONALES DEL SECTOR

Lo cierto es que las cifras de la floricultura en Almería se deben, sin lugar a dudas, al buen hacer de sus profesionales, productores que, con mucha dedicación y un acérrimo compromiso con la calidad, han logrado posicionarse entre los principales exportadores de flores y plantas vivas de España. Todo ello ofreciendo siempre plantas de pri-

mera calidad, entre las que destacan los claveles, los rosales, los ficus, los cactus, así como las gardenias, las poinsetias o las dipladenias, entre otras.

Almería, según el balance de 2012 de la Delegación Territo-

rial de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, cuenta con 203 hectáreas dedicadas al cultivo de planta ornamental y 25 al de flor cortada.

En total, la provincia produjo el pasado año más de 51 millo-

nes de unidades, en concreto 35 millones de tallos de flores y más de 16 millones de macetas de plantas ornamentales, que alcanzaron un valor global de casi 26,4 millones de euros: 24,8 millones de planta ornamental y 1,5 millones de flor cortada. Dentro de este último cultivo destaca, con diferencia, el clavel, del que se obtuvieron casi 10 millones de tallos.

Lo cierto es que este subsector diversifica lo que se cultiva en los invernaderos y es otra fuente de ingresos para la provincia.

El aspecto más positivo es que los clientes de los productores de plantas ornamentales y flores vivas tienen claro que están comprando producto a auténticos profesionales. Y es que, desde hace ya más de una década, hay un grupo de productores de la provincia que se han convertido en completos especialistas

en segmentos como el del ficus, como es el caso de los productores Francisco Maldonado y Juan Francisco García Orozco, entre otros; Viveros Aznar, todo un experto en gardenias, entre otras plantas; Jesús Maldonado, productor con una amplia experiencia que oferta rosales, poinsetias, etcétera, así como Paco Serrano, de Cactus Serrano, que ha logrado con sus invernaderos en El Ejido ser el mayor productor de este tipo de plantas de toda Europa. No hay que olvidar tampoco al Vivero Las Fresas, en el municipio de Vícar, que trabaja con ingentes volúmenes de todo tipo de plantas, así como de Felipe Gaitán, Joepasur, Laimund o Solisplant, entre otros.

Francia compra el 59 por ciento de las plantas ornamentales, Alemania el 15,3; Holanda casi el 10, y cantidades menores Bélgica, Portugal, Italia, EE. UU. y Marruecos. Holanda toda la flor.

La provincia es líder europea en producción de poinsetia con 2 millones de plantas

Almería es líder europea en la producción de poinsetias, los tradicionales pascueros que decoran los hogares de medio mundo durante la Navidad.

Como bien explicó Francisco Luque, presidente de Joepasur y gerente de Semilleros Laimund, especialista en el cultivo y exportación de dipladenias, en el territorio almeriense se plantan y

comercializan "alrededor de dos millones de poinsetias al año".

Esta planta ornamental, cuya plantación en la provincia se lleva a cabo en el mes de agosto, requiere de unos cuidados muy específicos para que llegue en perfectas condiciones y con la altura deseada a las fechas natalicias, algo que en Almería consiguen cada año.

UNA ELECCIÓN SEGURA

Vivero Hermanos Maldonado Gaitán S.L., especialista en ficus, cumple 25 años

Esta empresa de El Ejido produce ficus Danielle y Twilight, además de hiedras y sansevieras, de diferentes formatos y excelente calidad

■ Rafa Villegas

Vivero Hermanos Maldonado Gaitán S.L. cuenta con una dilatada experiencia de 25 años en la producción de plantas ornamentales, 15 desde que se especializó en ficus, una planta con la que llevan trabajando desde el principio. Los primeros años, además, también produjeron otras plantas ornamentales, como las scheffleras, radermacheras, sansevieras, kentias y spatifilium, entre otros.

Este vivero, que se encuentra ubicado en el paraje de Cuatro Vientos, en El Ejido, comenzó a especializarse en ficus gracias a que es una planta que se vende durante todo el año y se produce con una excelente calidad en sus invernaderos, si bien es cierto que los meses con más pedidos son los de enero, febrero y marzo, de cara a la primavera.

Aparte de ficus, este vivero también produce otras plantas, en menor cantidad, como es el caso de la sansevieria y la hiedra. Todo ello en una superficie total de dos hectáreas.

En un año normal salen del Vivero Hermanos Maldonado Gaitán S.L. en torno a 35.000 ficus, concretamente 25.000 de la variedad Danielle y 5.000 de Twilight. Los formatos de venta de los mismos son, en esta empresa, desde 0,75 metros de altura hasta 1,80 metros, siendo los más demandados los de 0,90, 1,20 y 1,50, las de un tamaño intermedio. Y es que, con la crisis, cada vez se venden menos plantas altas, que lógicamente presentan un precio superior.

Respecto a los mercados de destino de estos ficus, el gerente de la empresa, Francisco Maldonado, ha explicado que la mayor parte tiene como destino el territorio nacional, así como Italia y Portugal, además de, en menor medida, Francia y Alemania.

La mayor parte de la producción de este vivero se introduce en el mercado a través de comercializadoras como el Vivero

Las Fresas, sobre todo, así como Ruiz y Solisplant, si bien también recibe encargos directos sin intermediario.

Lo bueno de la provincia es que los pequeños productores de plantas se han especializado en diferentes plantas, habiendo, en el caso del ficus, apenas tres o cuatro empresas que lo cultivan.

La crisis es cierto que se ha notado bastante en este tipo de plantas, como ha explicado Maldonado, “algo que no ha ocurrido en la flor, que tiene mayor consumo por parte de países como Francia o Alemania, que han sorteado mejor la crisis. Por el contrario, los países que más importaban planta verde almeriense, Italia, Portugal y el mercado nacional, son los que están pasando peor en este período”.

El clima de Almería es ideal para el cultivo bajo plástico de plantas como el ficus, si bien es necesario blanquear la cubierta de los invernaderos para lograr una temperatura que permita el correcto desarrollo de las mismas. Respecto a los costes de producción, Maldonado ha explicado que “han aumentado, sobre todo, los de los abonos, si bien nos hemos visto obligados a mantener los mismos precios de venta que en el año 2008 en que comenzó la crisis”.

En un municipio como el de El Ejido, conocido internacionalmente como la ‘Huerta de Europa’ por su producción hortofrutícola y en el que existen casi 13.000 hectáreas para ese subsector, en Vivero Hermanos Maldonado Gaitán S.L. decidieron arriesgar y optaron por la alternativa de las plantas ornamentales. La especialización y calidad logradas han hecho que la empresa lleve ya un cuarto de siglo dedicada a las plantas ornamentales.

En cuanto a los cuidados que necesitan ficus como Danielle y Twilight, Maldonado ha explicado que “es una planta que requiere claridad, por lo que debe estar próxima a una ventana. Lo bueno es que se puede tener en interior y en exterior, algo que no soporta un pote. Además, es una planta que no hay que regar todos los días, es resistente”.

Es una planta que purifica el ambiente en la casa y no perjudica a los alérgicos al polen.



■ El gerente del vivero, Francisco Maldonado, con un ficus Twilight, a su izquierda, y uno Danielle, a su derecha. /FHALMERIA



■ Diferentes formatos del espectacular ficus Twilight en Vivero Hermanos Maldonado Gaitán S.L. /FHALMERIA

Ubicación y contacto

Ubicación: El Vivero Hermanos Maldonado Gaitán S.L. se encuentra en el paraje de Cuatro Vientos, frente a la casa de suministros Ejiberj, en el término municipal de El Ejido (Almería). **Contacto:** Para realizar pedidos de planta pueden contactar directamente con el gerente, Francisco Maldonado: 654360148.



■ Ficus Danielle en el Vivero Hermanos Maldonado Gaitán S.L. /FHALMERIA

AMPLIA OFERTA EN EL EJIDO

Cactus Serrano, 18.000 metros cuadrados de diversidad en cactus y suculentas

La empresa es una de las mayores productoras de España, superando, hoy día, los tres millones de plantas

■ Elena Sánchez

La provincia de Almería es una de las más indicadas, por su climatología, para la producción de cactus y suculentas. De hecho, es en este lugar donde se encuentra una de las empresas más productoras de este tipo de plantas, Cactus Serrano, que hoy día cuenta con la producción de más de tres millones de especies. En este sentido, Paco Serrano, responsable de la entidad, explica que dentro de los “18.000 metros cuadrados que tengo para producir, podemos encontrar todo tipo de variedades tanto de cactus como de suculentas, con el objetivo de que el cliente siempre tenga donde escoger y nunca se quede sin conocer alguna de las variedades que le podría interesar”. La ventaja de este tipo de plantas es que su “producción es continua, cuando se vende, volvemos a producir, por lo que hay oferta todo el año”.

La comercialización de cactus y suculentas de Cactus Serrano es tanto en España como en toda Europa, aunque “también tenemos una línea de ventas en Corea del Sur que se encarga de comprar echeverias. Igualmente, es cierto que los meses más fuertes de venta para nosotros son febrero, marzo, abril y mayo”, indica el responsable de la empresa. En cuanto al tipo de formatos con los que se trabaja en esta entidad, Paco Serrano indica que hacemos desde los de 5,5 centímetros, 8,5 centímetros, 15, 17 y hasta 22 centímetros que es lo máximo con lo que trabajamos”.

CONDICIONES DE CULTIVO

En cuanto a las condiciones de cultivo tanto de cactus como de suculentas, Serrano asegura que “no son muy diferentes a otros tipos de plantas, ya que nosotros trabajamos con un invernadero tipo Almería. Es cierto que las condiciones climáticas de Almería son muy buenas para la producción de estas especies,



■ Paco Serrano, responsable de Cactus Serrano. /FHALMERIA



■ La empresa cuenta con una gran variedad de especies disponibles para el comprador. /FHALMERIA

además de que tenemos muy buena luz, ventilación y excelente agua”. El cactus es una planta que, aparentemente, no necesita mucha agua para vivir, sin embargo, “aunque sí que necesita menos que otras, la única diferencia es que ésta, una vez regada en abundancia hay que dejar que el sustrato de la maceta se seque por completo para volverla a regar. No es recomendable un riego corto, ya que no es bueno para el cultivo”.



■ Los cactus cuentan con una larga vida. /FHALMERIA

En cuanto a las nuevas variedades que van saliendo, Paco Serrano destaca la echeveria Serrano, una variedad que “yo inventé y que después de que me la aceptaran en Suiza, donde se encuentra el organismo que controla los nuevos híbridos, y donde comprobaron que no había otra igual, le puse nombre y ya se está comercializando”. Además, parece ser que para 2014 saldrán nuevas variedades híbridas también creadas por el responsable de Cactus Serrano.

Los cactus son cultivos muy lentos, pero su vida es bastante larga, ya que al ser plantas duras aguantan muy bien en exterior. Según Paco Serrano “es recomendable plantarlas en suelo y no en maceta, ya que de esa forma se adaptan mejor, aunque, también es cierto, que solo se puede realizar en la zona del Mediterráneo, ya que en el resto de Europa mueren por las heladas durante el invierno”.

Finalmente, desde Cactus Serrano han mostrado un gran interés por la nueva edición de Iberflora, a la que “asistiremos como visitantes, para conocer las últimas novedades del sector y también para reunirnos con nuestros clientes y establecer nuevas vías de comercialización”.

ACTIVIDADES PARALELAS

Las jornadas tratarán temas sobre la venta online y el futuro del sector

Durante los tres días que dura la muestra, los profesionales del sector podrán conocer las últimas novedades al respecto

■ Elena Sánchez

Las jornadas que este año se van a desarrollar durante la 42 edición de Iberflora van a tratar diversos temas que, hoy en día, son fundamentales para poder avanzar en un sector que cada vez está más reconocido a nivel internacional. De hecho, el primer día de la muestra, el tema a tratar será cómo atraer público al punto de venta. Y es que, el gasto disponible de las familias es limitado. Los centros de jardinería y comercios no solo compiten con otros centros del mismo tipo, sino con productos sustitutivos que no tienen relación con el sector. De ahí a que se planteen varios asuntos, como por ejemplo cómo aumentar posiciones entre las prioridades de los consumidores o cómo aumentar la velocidad de renovación de los productos. Para ello, estarán presentes varios expertos en psicología del consumidor, que proponen soluciones en este sentido.

El segundo día de Iberflora contará con un par de jornadas. La primera de ellas tendrá que ver con cómo obtener beneficios vendiendo online. Cada vez apare-



■ Desarrollo de una de las conferencias realizadas durante la pasada edición.

cen nuevos canales de venta que no requieren una inversión tan elevada en infraestructura como los tradicionales. El consumidor está cada vez más formado en nuevas tecnologías y busca online todo tipo de productos.

Para ello, una serie de técnicos especializados en venta por Internet despejarán las dudas sobre cómo aumentar los ingresos de un comercio tradicional con la venta online, de qué formas diferentes se puede vender online o qué herramientas necesitan las tiendas y qué recursos para vender por Internet. La segunda de las jornadas de este día estará re-

Actividades a la altura de lo que espera el sector

Año tras año se acoge un completo catálogo de actividades paralelas que tiene como objetivo aportar un valor añadido a sus expositores y visitantes profesionales. Jornadas formativas, demostraciones, exposiciones, son sólo algunas de las actividades que cubren las expectativas de los asistentes al certamen.

lacionada con los canales que compiten los centros de jardinería. Según explican desde la organización de Iberflora, cada vez más aparecen nuevos canales de demanda desde donde se distribuyen los productos del sector. En este sentido, se hablará de qué relevancia tienen cada uno de ellos, como el canal ferretería, el canal food, la distribución a través de las tiendas multiprecio o las agrotiendas. Así, un panel de empresarios de cada uno de los sectores analizará la distribución de los productos del sector en los diferentes puntos de venta.

FUTURO DEL SECTOR

Finalmente, el último día de la muestra se llevará a cabo una jornada sobre qué se producirá en los próximos cinco años y qué nuevas variedades aparecerán en el futuro. En esta ocasión, expertos en variabilidad genética explicarán las investigaciones en variedad de plantas, que harán que se logren mayores niveles productivos. Y es que, los obtentores trabajan para mejorar las variedades de plantas. Desde la organización explican que la inquietud de incrementar el rendimiento o la productividad, la resistencia o la tolerancia a agentes adversos, la adaptabilidad a los diferentes ambientes o la belleza y la calidad vienen promovidas por modificaciones del genotipo.

TAMBIÉN ESTARÁN

Compradores del Golfo Pérsico y una misión comercial danesa, presentes

■ E. S. G.

Desde la organización de Iberflora y en concreto su presidente, Óscar Calabuig, ha dado a conocer que este año participarán nuevos clientes que anteriormente no habían estado en la muestra. En este sentido, Calabuig explica que “vamos a contar con la visita de una misión comercial procedente de Dinamarca y con compradores de los países del Golfo Pérsico. Igualmente, son muchos los mercados que se reúnen este año en Iberflora. Además, por un lado, y del lado del visitante, hemos implementado el Programa Business Club, con el que hemos logrado atraer la visita de profesionales procedentes de mercados tradicionales como Francia, Italia, Reino Unido, Bélgica, Austria, Alemania”.

ENCUENTROS BILATERALES

Con respecto a los encuentros bilaterales que se van a realizar durante la muestra, el presidente de Iberflora indica que “puedo adelantar que tenemos ya 150 empresas foráneas confirmadas en los encuentros, procedentes de países como Turquía, Costa Rica, Alemania, Israel, Italia, Polonia, Francia, Paraguay, Polonia, Bulgaria y Rusia”.

INICIATIVA

Iberflora acoge este año la I Copa de Arte Floral Elisabeth Roselló

■ E. S. G.

Una de las actividades de gran relevancia que se ha preparado para la 42 edición de Iberflora es la celebración de la I Copa de Arte Floral Elisabeth Roselló. Se trata de una competición especializada en el diseño floral de la mano de una de las firmas más prestigiosas de decoración con flores de España. Además, paralelamente a la muestra, en el espacio conocido

como Ronda de Floristas (dentro de Iberflora) se van a suceder las demostraciones de Arte Floral a cargo de 10 de las más prestigiosas escuelas de España: EIFA Escuela Florista de Valencia; Escuela Valenciana de Arte Floral; Escuela Roberto Silvosa de Málaga; BB Formación de Valencia; Escola d'Art Floral de Catalunya; la Escuela Andaluza de Arte Floral; Rosa Valls Formación de Barcelona; la Escuela de Arte Floral Deflorarts

de Asturias; la Escuela de Arte Floral Smilax de Gerona; así como el centro educativo Alnorthe Academia Floral de Oviedo.

Sin duda, se trata de diferentes iniciativas que van a complementar de manera muy significativa el resto de actividades de la muestra, con el fin de demostrar la importancia que el sector de la planta ornamental tiene cada vez más no sólo en el mercado nacional, sino también internacional.



■ Arte Floral realizado en la anterior edición de Iberflora.

NOVEDADES

Este año se incorporan zonas temáticas para rendir tributo a los productos mediterráneos

En esta ocasión se va a profundizar en el olivo y la camelia, así como en los sustratos y las turbas y en el concepto de 'ferretería verde'

■ Elena Sánchez

Una de las grandes novedades para la nueva edición de Iberflora 2013 es la introducción de zonas monográficas. Según explica el presidente de la feria, Óscar Calabuig, "en esta ocasión, hemos querido profundizar y rendir tributo a los productos mediterráneos, que son, al fin y al cabo, nuestra mejor carta de presentación". Así, Calabuig explica que lo han hecho con "dos referentes tanto en planta como en flor: el olivo y la camelia". Además, también la organización de Iberflora ha querido ahondar "en el mundo de la tecnología" a través de un monográfico sobre los sustratos y las turbas. Otra de las novedades para este año es el Garden Party, "una exposición basada en el concepto de 'ferretería verde'. Aunque también tenemos que hablar de las múltiples actividades que se sucederán en el espacio Ronda de Floristas de Iberflora, con la celebración de la I Copa de Arte Floral Elisabeth Roselló, y el espacio congresual del certamen, con conferencias que girarán en torno al punto de venta", indica el presidente de la muestra.

En este sentido, la primera área temática sobre la que hablar es la zona temática de la planta. En esta ocasión, el árbol seleccionado es el olivo y la planta, la camelia. Las firmas expositoras de Iberflora colaboran en la configuración de los espacios con los ejemplares más llamativos e interesantes. Además de la amplitud de la oferta que presenta la feria, el certamen quiere ahondar en la promoción de los productos mediterráneos. Por ello, desde el pasado año se estableció una zona en la exposición para dar a conocer la planta o el árbol seleccionado en cada edición, acompañado de zonas específicas para la flor, el jardín y la tecnología. En el presente año, Iberflora acogerá una gran exposición de los diferentes tipos



■ La Asociación Española de Centros de Jardinería (AECJ) coordina la Garden Party, bajo el lema 'Para la habitación más grande de la casa'.



■ El olivo será uno de los grandes protagonistas en las zonas monográficas. /FHALMERIA

y tamaños del olivo, desde el plantel, macro bonsáis, hasta grandes ejemplares de más de 15 metros de altura. Esta exposición sobre el olivo se puede visitar del 2 al 4 de octubre en el Pabellón I de Feria Valencia.

Por otro lado, la zona temática de la flor cortada estará destinada a ser un espacio que engloba a las empresas de flor cortada y elementos y accesorios para floristerías presentes en el certamen. En esta zona se van a

proyectar diferentes talleres a cargo de las más prestigiosas escuelas españolas, que estarán a su vez presentes con un stand en la feria. De hecho, desde la organización indican que esta iniciativa surgió en la pasada edi-

ción, con el fin de incluir a este sector en Iberflora.

Igualmente, este espacio cuenta con un programa elaborado, en el que se ha establecido que el primer día de feria se realice la I Copa de Arte Floral Elisabeth Roselló, mientras que durante el segundo y el tercer día de evento se desarrollarán talleres por parte de las escuelas participantes con el lema 'Escuelas, Técnicas e Innovación'. Y es que, cada escuela dispondrá de un máximo de 20 minutos para hacer la presentación de su taller en el escenario preparado para ello y, a continuación, realizará el taller en uno de los espacios laterales abiertos montados al efecto con una duración máxima de dos horas.

TECNOLOGÍAS

En tercer lugar, la última zona temática de este año es la de tecnología, que va a estar ubicada junto a los expositores de tecnología. Esta zona va a estar dedicada a las turbas y los sustratos y en ella se mostrarán gráficamente, y con los productos de los expositores, los diferentes procesos que se aplican para su fabricación. Sin duda, una zona de atracción para el público profesional.

Los precios de las subastas de las hortalizas en tu iphone, android y tablet

Precios ... X +

← → C <http://www.precioshorticolas.com/index.html> ☆ 🔍 ☆

 **Precios Hortícolas**

APLICACIÓN DE ANDROID EN  **Google play**  **Próximamente App Store**

MANTENTE INFORMADO EN TODO MOMENTO

Información

De manera sencilla y muy intuitiva podrás mantenerte informado y tomar decisiones estratégicas ventajosas para tu negocio.



◀ ● ● ● ● ▶

🏠 📄 📱 📶 13:02

Aplicaciones

 **Precios Hortícolas**
VISOFI INICIATIVAS S.L.

DESINSTALAR ACTUALIZAR

1+ descargas 29/09/2013 2,30 MB

Suscripción anual en prue... **Prueba**
1,00 € por año **CANCELAR**
Primer pago: 15/10/2013

Descripción

Si trabajas con productos hortícolas, la aplicación Precios Hortícolas te permite recibir en tu dispositivo móvil las alertas con los precios hortícolas de las principales subastas del sureste español. De manera sencilla y muy intuitiva podrás mantenerte informado y tomar decisiones estratégicas ventajosas para tu negocio. Ya seas agricultor, comercializador, intermediario, responsable de compras de

Valorar y opinar ★★★★★

En octubre disponible en las plataformas habituales de aplicaciones para **iOS** y **Android**