



LA CAMPAÑA DE OTOÑO-INVIERNO ESTÁ TENIENDO UN INESPERADO FINAL

Toneladas de hortalizas a la basura por los bajos precios

● *Varios factores han contribuido a que el final de la campaña de invierno esté siendo catastrófico. Muchas plantaciones que ya debían haber acabado siguen en plena producción. Páginas 4 y 5*



■ Tomates, pepinos y pimientos no encuentran sitio en el mercado y acaban en la basura, en los últimos coletazos de la campaña de otoño-invierno.

EXPOLEVANTE 2014

Savia Biotech busca líneas de desarrollo que añadan valor a los productos almerienses P. 21

Mondenova, pioneros en la fabricación de alambre para invernadero P. 53

El ciclo largo de pimiento ofrece más producción y rentabilidad al agricultor Páginas 44 y 45

NOTICIAS

El Gobierno aprueba una rebaja fiscal que el sector agrícola considera "insuficiente" P.79

UNIVERSIDAD

Almería acoge un congreso internacional sobre los modelos de agricultura familiar P.81

Expolevante 2014: la feria de los agricultores

Páginas 11 a 78

RELEVO PRESIDENCIAL

Miguel Vargas

NUEVO PRESIDENTE DE CASI



Miguel Vargas desbanca a José María Andújar en unas elecciones provocadas por una denuncia P. 3

TRASPASO DE CARTERA

Isabel García Tejerina

NUEVA MINISTRA DE AGRICULTURA



La mano derecha de Arias Cañete se hace con la cartera de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente P. 9

PUBLICACIÓN DE SU LIBRO

Serafín Mateo Callejón

EMBLEMÁTICO EMPRESARIO HORTOFRUTÍCOLA EJIDENSE



El ex responsable de Dunia y Campo Almería propone un cambio total en el 'Modelo Almería' P. 10



PLÁSTICOS PARA LA AGRICULTURA

Plásticos Térmicos Tricapa de larga duración a base de burbujas para todo tipo de cultivos de invernadero en blanco y amarillo antiazufre (4000 P.P.M.)



20 años de Calidad y Servicio

Nos podrá encontrar en:
ADRA N-340 (Frente Albuferas)
E-mail: celloplast@areasur.net
Teléfonos: 950 56 88 97
674 28 70 13

ESPECIAL

Pimiento temprano y medio

Páginas 37 a 52

Opinión

Expolevante, la feria de los agricultores y Expo Agro, la no feria

La feria Expolevante pone en su sitio muchas cosas. La más importante es que los agricultores de Almería necesitan una muestra porque son la pieza fundamental del sistema agrario almeriense. Aquéllos que los echaron de la desaparecida Expo Agro no consiguieron otra cosa que cerrar las puertas del mejor escaparate de la horticultura intensiva almeriense, esa misma que se ha mantenido en pie y ha visto caer otros sectores económicos en la provincia.

Veo trabajar a los organizadores de Expolevante y me asaltan todo tipo de dudas: ¿para qué necesitaban tanta gente en Expo Agro?, ¿qué hacían?

La feria de Níjar se ha montado en apenas dos semanas y se esperan 86.000 personas en los cuatro días que va a durar el evento (el sábado también, ¡qué raro!). Las empresas expositoras han fagocitado todo el espacio disponible y, si hubiera habido el doble, también lo hubieran ocupado. Todos quieren ir a esa feria y el ambiente que se prevé va a ser, cuanto menos, espectacular.

¿Por qué es posible eso en Níjar y en Roquetas, donde está el Palacio de Congresos, no?

¿Por qué las empresas de la agricultura quieren estar en Expolevante y en Expo Agro no?

¿Por qué los agricultores disfrutan en Expolevante y en Expo Agro no?

Las respuestas a estas pregun-



■ José Antonio Gutiérrez
Periodista

tas son fáciles y fundamentales para saber por qué una feria está en pie y la otra aparcada. En Níjar han hecho una feria para la agricultura de Almería, en Roquetas hacían una feria para políticos, instituciones, gente propia del 'pajerío' rural. En Níjar es barata y te tratan muy bien, en Roquetas era muy cara y ni te trata-



ban (recuerdo que a veces era una odisea conseguir un enchufe eléctrico).

En Níjar quieren a los agricultores, cuantos más mejor, en Expo Agro estorbaban porque querían hacer una feria "más profesional".

Qué mal lo hicieron aquellos últimos promotores de la feria Expo Agro. Además, lo peor fue que los mismos que se la cargaron fueron los primeros en salir corriendo y desaparecidos están.

En la agricultura de Almería, quien no asimile que el agricultor es el centro de todo está abocado al fracaso. El productor es el personaje al que todas las empresas le quieren vender plásticos, abonos, semillas... Y este mismo productor es al que quiere comprar pimientos, sandías y pepinos. Es un elemento básico del negocio agrícola almeriense. Una pena que los iluminados de los sesudos comités organizativos de la extinta Expo Agro no advirtieran este hecho. Ya es tarde y ahora el protagonismo ferial está en Níjar.

A medida que pasa el tiempo, el conflicto se agravará. ¿Qué sucederá si de nuevo se quiere poner en marcha la Expo? En primer lugar, en Níjar no lo van a ver con buenos ojos y la política empezará a invadirlo todo, como siempre. ¿Cuál puede ser el resultado de la pugna? La desaparición de las dos ferias por la desconfianza de los participantes: expositores, agricultores y visitantes en general. Esperemos que esos 'pijos arreglados' que ven los invernaderos desde la autovía sigan en 'stand by' y dejen hacer a aquéllos que se han ganado la confianza de los principales protagonistas del campo almeriense: sus agricultores.

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

SOL Y ARENA DE SUS COMUNEROS

AVANZANDO CON EFICIENCIA EN LA GESTIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL AGUA

www.regantessolyarena.com

Sol y Arena
Comunidad Comarcal de Regantes

Actualidad

NUEVO PRESIDENTE

Miguel Vargas gana las elecciones de CASI y desbanca del cargo a José María Andújar

En total, participaron en las votaciones 970 personas.

Miguel Vargas logró 537 votos y José M^a Andújar 419, 2 votos nulos y 12 en blanco

■ Elena Sánchez

El pasado 3 de mayo, la cooperativa CASI celebró las elecciones al Consejo Rector en las que se presentaron dos candidaturas, una encabezada por Miguel Vargas y la otra por José María Andújar. Tras una votación en la que participaron 970 personas, Miguel Vargas resultó el ganador con 537 votos, mientras que Andújar obtuvo 419. Hubo dos votos nulos y 12 en blanco. Nada más conocer los resultados, el nuevo presidente de CASI dedicó la victoria a Paco Castillo, socio fallecido, y quiso agradecer “el apoyo” y “espero que todos juntos hagamos que CASI siga avanzando y que se sientan orgullosos de mi mandato”. Entre los principales objetivos marcados por Vargas, éste destacó la necesidad de “ser



■ Miguel Vargas, durante su intervención el pasado sábado 3 de mayo. /FHALMERIA

más transparente en la comercialización y la subasta, así como lograr una mayor austeridad y eficiencia en la gestión”. Además, también mostró especial interés en “recuperar la normalidad y cordura de la cooperativa, empezando por un respeto a todos los socios, independientemente de la superficie que cultiven”.

En el plano comercial, el nuevo presidente de CASI se ha marcado el reto de “recuperar cuota en países donde ya estábamos asentados e intensificar la presencia de la empresa en el Este de Europa”.

Por otro lado, en lo que respecta al ámbito social, aspecto importante para Miguel Vargas, quiere crear “una Comisión que elabore

las diferentes propuestas para las elecciones y contemple las listas abiertas”. Igualmente, habrá “una Comisión Electoral, que será la que dirija el proceso cuando haya elecciones”. Finalmente, el hasta ahora presidente de CASI, José María Andújar, quiso pedir “disculpas”, porque “me he centrado en la labor comercial y se me olvida-

ron las personas”. En sus propuestas estaba la creación de una fábrica de gazpacho, potenciar la labor comercial en busca de nuevos destinos y optimizar los procesos en la subasta”. Andújar cerró su intervención asegurando sentirse “orgulloso de estos cuatro años”.

ELECCIONES ANTICIPADAS

El pasado 15 de marzo, en la Asamblea General de CASI en la que se aprobaron las cuentas de la campaña 2012/2013, se acordó, además, revocar al Consejo Rector y convocar elecciones a la Presidencia. Como trasfondo, se encontraba la denuncia admitida a trámite por un juzgado de Almería contra el entonces presidente, José María Andújar, y el que hasta ahora ha sido gerente de la cooperativa, Antonio González García; en el caso del primero, por la supuesta fijación del precio de unos tomates de su propiedad, en el del segundo, por permitir esa supuesta irregularidad.

José María Andújar ya fue reelegido presidente de CASI en mayo de 2013 con un amplio respaldo de los socios.

• Líderes peninsulares en fabricación de semilleros.
 • Más de 140 modelos diferentes para todos los cultivos.

30 AÑOS A SU SERVICIO
www.polisor.es

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

Empresa 100% Andaluza

El campo tira millones de kilos de frutas y hortalizas por las cotizaciones “catastróficas”

“Entre dos y tres kilos de pimiento y entre cinco y seis de berenjena por planta se están dejando sin coger”, según ASAJA

■ Rafa Villegas

Los precios a los que están cotizando los productos hortofrutícolas almerienses en las últimas semanas son, como los ha catalogado la secretaria general de UPA-Almería, Francisca Iglesias, “catastróficos”. La situación es tan lamentable que se están tirando millones de kilos de tomate, pimiento e incluso berenjena. Se habla ya de, cuanto menos, el peor ejercicio agrícola de los últimos tres.

TIRANDO PRODUCTOS

Los malos precios están provocando que, por ejemplo, según ha explicado el presidente de ASAJA-Almería, Francisco Vargas, “en muchos casos se están quedando entre dos y tres kilogramos de pimiento sin recolectar en la mata, al igual que entre cinco y seis kilos de berenjena”. Buena parte de estas hortalizas se destina a alimento para el ganado.

No obstante, uno de los productos que, con diferencia, más se está tirando es el tomate. Parte del mismo se está destinando, como ha explicado Francisco Góngora, presidente de HORTYFRUTA, “a ONGs y el Banco de Alimentos, siempre que sean, como son muchos, de primera calidad”.

No hay un producto que se salve de los malos precios, todos se están vendiendo muy por debajo de las cotizaciones de las dos últimas campañas. Por poner algún ejemplo, el precio de tomate y pimiento en la semana 18 del año ha sido, según COEXPHAL, en torno a un 30 por ciento inferior que la semana anterior y un 40 por ciento menor que en la campaña anterior.

Los últimos coletazos de la campaña de otoño-invierno, que se ha prolongado en el tiempo debido a las altas temperaturas que se han registrado durante prácticamente todo el año, están siendo pésimos. Entre las causas, el presidente de la Interprofesional de Frutas y Hortalizas



■ Imagen de archivo de tirada de pepino por las bajas cotizaciones en otra campaña hortofrutícola. /FHALMERIA



■ Imagen de archivo de tirada de sandía en una comercializadora almeriense. /FHALMERIA

de Andalucía (HORTYFRUTA), Francisco Góngora, ha señalado a “la climatología, que ha hecho coincidir más tiempo nuestras producciones de otoño con las de países terceros”.

El presidente de HORTYFRUTA achaca también la prolongación del ciclo de otoño-invierno almeriense a la “ruptura del mismo que se produjo en calabacín debido a la irrupción del virus New Delhi”.

Iglesias considera que “las altas temperaturas de todo el año han provocado una sobreproducción que el mercado no ha podido absorber, lo que ha provocado que se tiren millones de kilos de productos”.

Las altas temperaturas también

El virus New Delhi lo han aprovechado en contra de Almería los competidores

El presidente de ASAJA-Almería, Francisco Vargas, ha lamentado que, “debido al miedo inicial a que el virus New Delhi afectara más al melón y a la sandía, en otras zonas productoras españolas, como la Región de Murcia, Comunidad Valenciana y Castilla-La Mancha se han animado a adelantar sus cosechas, lo que ha propiciado una mayor concentración

de producto y un comienzo, en cuanto a precios, negativo en Almería”.

Góngora ha asegurado, incluso, que “hasta en el Reino de Marruecos han cultivado, por este mismo motivo, una mayor cantidad de melón del tipo Galia que en anteriores campañas y han trasladado su cultivo a fechas más tempranas, por el mismo motivo”.

se están registrando en países competidores, como es el caso de Holanda, Bélgica o Francia donde, según ha explicado el presidente de ASAJA-Almería, Francisco Vargas, “ya tienen parte de su producción en el mercado”. A ello se le suman los datos de consumo de productos hortofrutícolas en la Unión Europea que, debido a la crisis, se han visto mermados y aún se encuentran lejos de los niveles que se registraban en los años previos a la misma.

Otra causa de los bajos precios es, sin más remedio, que la calidad de las producciones que se han aguantado debido a la climatología no tienen la misma calidad que la que puedan tener los nuevos cultivos que están introduciendo en el mercado estos días los competidores.

El miedo a la incidencia del virus New Delhi en los dos productos estrella de la primavera, como son el melón y la sandía, ha provocado, según ha explicado el presidente de ASAJA-Almería, “una mayor sobreproducción en el resto de productos”, lo que también ha repercutido en el precio de los mismos.

OFERTAS

Sin embargo, Francisco Vargas ha asegurado que, pese al incremento de la producción, “lo cierto es que a los mercados están llegando las mismas cantidades que se enviaron, por ejemplo, en estas fechas en la pasada campaña”. Ello se está debiendo, como ha añadido Vargas, a que “buena parte de la producción de hortalizas se esté quedando directamente en la planta y destinando como alimento para el ganado”.

Lo cierto es que para el turismo ha sido magnífica la climatología pero, por razones obvias, para la agricultura no. El presidente de la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía ha recordado que “la negativa de vender los productos hortofrutícolas por debajo de un cierto precio es de las comercializadoras”.

El mes y medio, entre enero y marzo, que se registraron precios aceptables en pimiento, pese a coincidir con el mayor pico de producción “no ha compensado los malos precios del resto del año”, según han coincidido en señalar Francisca Iglesias y Manuel Arévalo, Comercial de Nature Choice.

Las promociones de la distribución bajan aún más las cotizaciones

■ I. Fernández

La entrada en los mercados de nuevos productos, como pueden ser en este caso melón o sandía, suele venir ‘aderezada’ por una promoción por parte de las distintas cadenas de distribución que, a través de los bajos precios, no buscan más que atraer a los clientes hacia ese nuevo producto que comienzan a ofertarle. Si bien es cierto que ésta es una práctica que llama mucho la atención, sobre todo cuando comienza la campaña de primavera, no sólo se reduce a esas fechas. En este sentido, Manuel Arévalo, del Departamento Comercial de Nature Choice, comentó que, “de una forma u otra, ocurre con todos los

Estas prácticas son ya un ‘clásico’ en el campo y, de hecho, coincidiendo con la entrada en producción de nuevos orígenes, las cadenas las usan para incentivar el consumo



■ Sandía o melón son los productos más promocionados estos días. /FHALMERIA

productos” y especificó que, de hecho, “esta práctica es habitual tanto al comienzo como al final de cada campaña”, cuando desde la Gran Distribución quieren cambiar el origen del producto de su lineal.

En este sentido, Arévalo indicó que, obviamente, esa promoción, ese menor precio al que el consumidor pagará los productos de la huerta, “repercute en el origen”, que también se enfrenta a una “menor facturación” como consecuencia de estas prácticas. Y es que la cadena siempre busca disminuir lo que paga a la comercializadora en origen.

Por su parte, Francisco Javier Casares, gerente de Villagrow Distribuidores, explicó que, de este modo, “las cadenas buscan potenciar el consumo” y que, al final, no responde más que “a la ley de la oferta y la demanda”. “Hay que pensar que el consumidor, si se encuentra un producto como puede ser la sandía a un precio estable y atractivo, lo compra”, explicó. Éste es, a su vez, el primer paso, para ‘fidelizar’ a ese consumidor. Por último, indicó que “las empresas cuentan con ese menor precio que percibirán en esos determinados momentos”.

Grupo Caparrós

La roja con más sabor.



...y sin pepitas

¡Escanéame!



En Caparrós Nature, por cuarto año consecutivo, seguimos apostando por nuestra sandía negra sin pepitas. Descubre su dulce y homogéneo sabor, su piel de color negro intenso y su vistoso color rojo. Nuestra sandía Caparrós Premium es el máximo exponente de 30 años comprometidos con la calidad y el deseo de ofrecer los mejores productos del mercado.



CAPARRÓS NATURE S.L. CTRA. DE NÍJAR KM. 8.400 • 04130 EL ALQUIÁN - ALMERÍA / TEL.: +34 950 600 235 - WWW.SANDIASINPEPITAS.ES

MÁS KILOS

El fin de campaña de los pequeños almacenes satura de género las alhóndigas

La buena climatología, que ha prolongado el ciclo largo, ha sido otro de los factores que ha provocado esta condensación de fruta en abril

■ Elena Sánchez

Gran parte de las alhóndigas en la provincia almeriense se han visto saturadas de género en este último mes, algo poco habitual en las últimas campañas. De hecho, uno de los principales factores que han provocado esta situación es el fin de campaña de los pequeños almacenes. ç

Según explica Andrés Góngora, secretario provincial de COAG, “estos almacenes, que han proliferado en los últimos años, a lo largo de la campaña tienen una pequeña producción propia y de 10 ó 15 agricultores que venden a un solo cliente, que suele ser holandés, francés o belga. Sin embargo, en estos momentos, la producción en esos países ya ha comenzado, por lo que la demanda a los pequeños almace-



■ Interior de una comercializadora con gran cantidad de pimiento. /FHALMERIA

nes de Almería se corta y éstos tienen que dar por finalizada su campaña, a pesar de que sus agricultores aún tengan género. Por este motivo, el agricultor, al cerrar su almacén, lleva el producto que le que-

da a las alhóndigas, lo que ha hecho que exista una avalancha de producto en las subastas”.

Sin embargo, es cierto que éste no es el único factor que ha provocado dicha sobreproducción, ya que

el buen tiempo de este invierno ha permitido que los ciclos largos hayan llegado bien a primavera, con rebrotes de calidad, haciendo que la mayor parte del género se esté juntando ahora en las alhóndigas.

El agricultor alarga, cada vez más, la campaña hortícola

Aunque no son todos, cada vez existen más agricultores que se deciden por alargar la campaña para llegar al mes de abril con producto para comercializar. Sobre todo, esta situación ocurre cuando el invierno se ha desarrollado con buenas temperaturas, lo que ha permitido que la planta aguante con más facilidad un mes más, como mínimo.

Sin embargo, parece ser que esto no está viniendo bien al campo en el presente ejercicio, ya que se está produciendo una acumulación de fruta, lo que conlleva a que los precios sean bastante más bajos en comparación con años anteriores. El ejemplo claro es La Unión, que el pasado 19 de abril superó el millón de kilos en La Redonda.

ENTRE ENERO Y FEBRERO

Las almazaras almerienses facturaron 777.000 euros por la exportación de aceite

■ E. S. G.

Las almazaras almerienses facturaron, entre enero y febrero pasados, un total de 777.000 euros por la exportación de aceite de oliva. De hecho, según los datos elaborados por EXTENDA a partir del informe de Estacom, las empresas de la provincia exportaron 314.000 kilos de aceite de oliva en 47 operaciones, lo que supone un incremento del 457 por ciento en comparación con los dos primeros meses de 2013.

En este sentido, Italia es el principal destino del aceite de oliva exportado por Almería. Y es que, entre enero y febrero, el mercado italiano ha comprado producto valorado en 538.000 euros, lo que

representa un 69,3 por ciento. Suiza ha importado el 10,5 por ciento y Polonia el 6,1 por ciento. Fuera de Europa, las almazaras almerienses han enviado aceite de oliva a México, Estados Unidos, Jamaica y Japón.

En la campaña 2013/2014, el sector oleícola almeriense dedicó al cultivo del olivar cerca de 20.000 hectáreas, un 0,3 por ciento más que en el ejercicio anterior, según datos de la Delegación Territorial de Agricultura. De esta superficie, 82 hectáreas corresponden a olivar de aceituna de mesa y, el resto, a aceituna de almazara. En cuanto a la cosecha de aceituna, ésta ha ascendido a 52,8 millones de kilos, un 2,9 por ciento más que el año pasado.

ALMERÍA

El sector vitivinícola elaboró cerca de tres millones de litros de vino en 2013

■ E. S. G.

El sector vitivinícola almeriense elaboró el pasado año un total de 2,84 millones de litros de vino, un volumen que representa un 18,8 por ciento más que en 2012. De hecho, este aumento se ha producido gracias al incremento de la producción de uva de vinificación, que pasó de 2,4 millones de kilos en 2012, a 2,8 millones, y ello a pesar del ligero descenso de la superficie de viñedos, que el pasado año se situó en 1.083 hectáreas, frente a las 1.067 del año de referencia.

El delegado de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, José Manuel Ortiz, ha felicitado al sector vitivinícola por la “perseverancia e ilusión que demuestra en unos tiempos de dificultades como los que atravesamos y en los que a veces



■ Vinos de Laujar. /FHALMERIA

es tan fácil dejarse llevar por el desaliento”. El hecho de que la pasada campaña se incrementara el valor de las exportaciones ha sido destacado también por el delegado, quien resalta que las bodegas de la provincia, a pesar de su dimensión, buscan mercados para sus caldos cada

vez más lejanos, como lo demuestra el hecho de que el año pasado, un tercio de las ventas en el exterior se realizaron en países del Lejano Oriente.

En la apertura de estos mercados, según Ortiz, tiene mucho que ver el buen trabajo que realizan los viticultores almerienses, que en solo unos años han logrado que cinco zonas de la provincia hayan recibido el ‘premio’ a la calidad de su producción con la mención ‘Vino de la Tierra’.

En este afán por mejorar la calidad y la ampliación de mercados, José Manuel Ortiz se ha referido también a los pasos que se está dando el sector vitivinícola de la Alpujarra almeriense para la obtención del reconocimiento como Denominación de Origen del Vino de Laujar-Alpujarra.

A MENOS

La Junta prevé la reducción de un 25% de la superficie de melón respecto a 2013

■ Rafa Villegas

La aparición en otoño del virus New Delhi y la prolongación de los cultivos de invierno debido, sobre todo, a la climatología, han provocado, según las previsiones de la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, una disminución de la superficie de melón estimada "en torno a un 25 por ciento".

No obstante, el temor a una gran incidencia del virus en el cultivo de melón no se está cumpliendo, al menos de momento. Y es que, al igual que ha ocurrido con los productores que arriesgaron y volvieron a cultivar calabacín tras los problemas iniciales, las medidas de control y prevención que han ido aplicando en sus invernaderos están reduciendo significativamente la incidencia.

Es más, desde la Delegación aseguran que "la incidencia en el melón no es importante" y, en cuanto a la sandía, "solo se tiene constancia de casos aislados".

Respecto a las estimaciones de la Junta, este año prevén que se dediquen un total de 3.200 hectáreas al cultivo de melón, una cifra que dista mucho de las 4.200 del pasado año.

Cabe recordar que el año pasado los agricultores almerienses obtuvieron una cosecha de 134,6 mi-

La Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente estima un ligero aumento, por el contrario, de la superficie de sandía, pasando de las 6.400 hectáreas de la campaña 2012-2013 a las 6.700 que ha previsto para la 2013-2014



■ Melón amarillo. /FHALMERIA

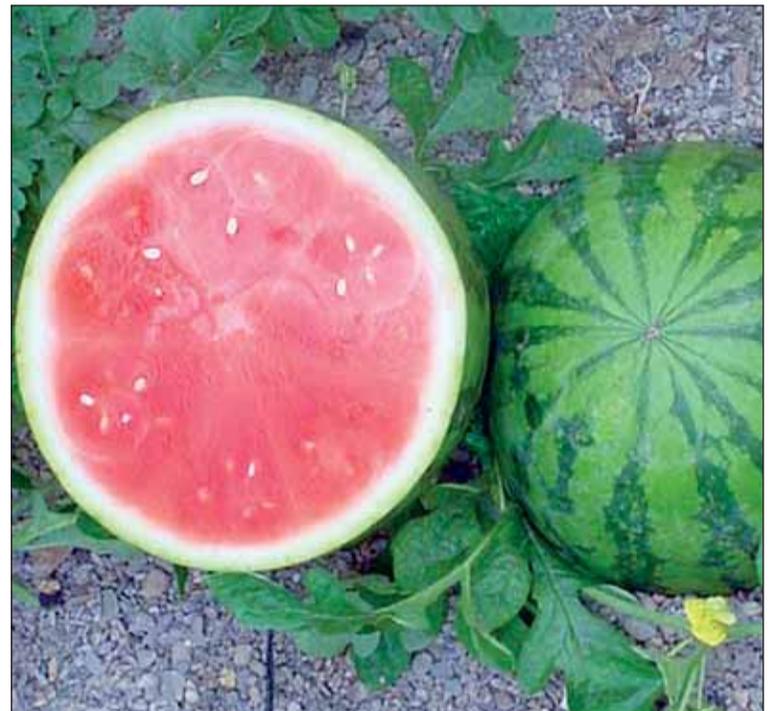
llones de kilos de melón, valorados en origen en 51,3 millones de euros -el sexto producto que más facturó-, así como 70 millones una vez comercializados.

Pese a la irregularidad de precios de las últimas campañas, Almería es la segunda provincia exportadora del territorio nacional de esta fruta. En concreto, la provincia ostenta un 10 por ciento de la superficie y de la producción de este produc-

to. Sólo la Región de Murcia, con una cuota del 24 por ciento, supera a Almería.

Distinta es la situación, a priori, de la sandía, de la que la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente prevé el cultivo de 6.700 hectáreas este año, frente a las 6.400 que se registraron el pasado ejercicio agrícola.

El año pasado, Almería facturó en origen 95 millones de euros por



■ Sandía mini abierta. /FHALMERIA

la sandía, 130 millones una vez comercializada. Con estos datos, esta fruta ocupa la quinta posición en el ranking de productos hortofrutícolas de la provincia por su valor. Además, Almería concentra ya en torno al 30 por ciento de la superficie de España y más del 40 por ciento de la producción.

Cabe recordar, del mismo modo, que Almería es la primera provincia exportadora de sandía de toda

España, con una cuota que supera el 45 por ciento del total.

La Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA), junto a la Delegación Territorial de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, ha presentado una campaña para concienciar a los agricultores, ya concienciados, de que no corten ni melón ni sandía en verde. El eslogan de este año es: 'Inmaduros, No'.

Pelemix
Aliados en la innovación

www.Pelemix.com
gabriela.g@pelemix.com
968 636096 / 628 643427

Paskal GINEGAR Plastic Products Ltd. POLYSACK mapal SGS

PRECIOS AGRÍCOLAS

Tomate

El pintón es el tipo que más bajo cotiza, ya que no supera los 0,30 euros el kilo

▼ El tomate ha registrado un descenso generalizado en sus cotizaciones. El peor situado es el pintón, que está registrando precios que no superan los 0,30 euros el kilo, de precio medio. Por delante se encuentra el tomate ensalada, que supera los 0,40 euros, y algo mejor está el maduro, que ronda los 0,50 euros el kilo.

Pepino

Pepino Almería, francés y español no logran alcanzar los 0,20 euros el kilo

▼ Al momento el que está pasando el pepino en esta recta final de la campaña de invierno. De hecho, el tipo Almería no supera los 0,12 euros el kilo, mientras que tanto el español como el francés se mantienen en los 0,18 euros como precio medio en las pizarras.

**Pimiento**

El italiano rojo es el que mejor se muestra en este inicio de mayo

▼ El pimiento italiano rojo es el que mejor se está comportando en este inicio de mes. Su cotización media ronda los 0,65 euros el kilo, seguido del lamuyo verde, que ronda los 0,60 euros. Por detrás se encuentran el italiano verde y el lamuyo rojo, ambos con precios que se mantienen en los 0,55 euros el kilo.

Berenjena

Tanto la rayada como la larga rondan los 0,65 euros el kilo

▼ Las berenjenas también han sufrido un descenso en sus precios estos últimos días. Aún así, logran mantenerse como una de las hortalizas mejor valoradas en estas fechas. La berenjena larga sube hasta los 0,62 euros el kilo, mientras que la rayada se queda en los 0,63 euros el kilo, de media.

Calabacín

La elevada producción provoca precios malos para este fruto

▼ El calabacín no se queda atrás del resto de las hortalizas y, este comienzo de mes, tampoco está siendo bueno. Los que tienen precios más bajos son tanto el tipo fino como el gordo, ambos con cifras que rondan los 0,26 euros el kilo. Algo mejor está el blanco, ya que roza los 0,50 euros.

EN DECLIVE

La judía, en todos sus tipos, baja de precio a primeros de mayo con respecto a abril

■ E. Sánchez

La cotización de la judía, en todos sus tipos, ha registrado un descenso de precios en los primeros días de mayo, en comparación con los mismos días del pasado mes de abril. En este sentido, la que más bajo cotiza en estos momentos es la perona roja, que tiene un precio medio de 1,65 euros el kilo, seguida de la perona semi y la larga, que ambas están por encima de los 1,70 euros el kilo en las subastas al-

merienses. Por su parte, la judía rastra y la emerite están logrando mantenerse por encima de los 2,05 euros el kilo gracias a que su producción es algo más escasa pero, eso sí, las que se llevan la palma en este inicio de mes de mayo son tanto la stryke como la judía tabella.

La primera de ellas está registrando precios que rondan los 2,70 euros, mientras que la mejor pagada es la tabella, que tiene un valor medio de 3,80 euros el kilo.

OTROS PRODUCTOS

Guisantes, tirabeques y habas se mantienen en las pizarras con valores bajos

■ E. S. G.

Los guisantes, las habas y los tirabeques se mantienen en las pizarras, aunque, eso sí, con precios bastante más bajos que semanas anteriores. De hecho, a día de hoy, lo que mejor está cotizando es el guisante, ya que registra un precio medio de un euro el kilo, seguido de las habas, que, a fina-

les de abril, cotizaban a 0,70 euros. Sin embargo, el producto que marca un valor más bajo es el tirabeque, ya que se encuentra a unos 0,50 euros el kilo en las diferentes pizarras del Poniente almeriense. Durante la campaña, estos productos están bien valorados, ya que sus precios suelen ser mucho más altos que los obtenidos actualmente.

COMERCIALIZACIÓN



■ Cultivo de sandía bajo invernadero. /FHALMERIA

Melón y sandía arrancan la campaña con cotizaciones que rondan los 0,50-0,60 euros el kilo

■ Elena Sánchez

La campaña de verano ya ha dado el pistoletazo de salida en la provincia almeriense, con las primeras partidas de melón y sandía en las subastas. En este sentido, en lo que a melón se refiere, el tipo piel de sapo es el mejor situado, ya que, a finales de abril, cotizaba a un precio medio de 0,70 euros el kilo. Por su parte, el galia ha tenido un valor medio de 0,53 euros, aunque a finales de mes, la demanda de frutas se ha reducido, al verse frenado el con-

sumo ante la menor posibilidad económica de las familias a últimos de mes y por la competencia de otras zonas productoras. Según el Observatorio de Precios de la Junta de Andalucía, la producción española está compartiendo espacio en los lineales de la distribución europea con melón galia procedente de Marruecos, Brasil o Costa Rica. En cuanto al territorio nacional, cabe destacar el incremento de la superficie en Murcia. Por otro lado, respecto a la sandía, la negra sin semillas es la que mejor pagada está siendo en es-

tos momentos, ya que ronda los 0,65 euros el kilo. Por detrás se encuentra la rayada, con precios entre los 0,55 y 0,60 euros, y la negra con semillas, que no supera los 0,50 euros el kilo, de media.

Un dato importante es que los trasplantes de sandía y melón se han retrasado en gran parte de las zonas productoras entre 10 y 12 días respecto a la campaña pasada, debido a la prolongación de cultivos de otoño. La polinización de las plantas ha sido adecuada y la calidad del fruto es buena.

TRASPASO DE CARTERA

Isabel García Tejerina, nueva ministra de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

El pasado martes, 29 de abril, recibió la cartera del Ministerio de la mano de su predecesor en el cargo, Miguel Arias Cañete

■ Elena Sánchez

Isabel García Tejerina es la nueva ministra de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, una cartera que le fue traspasada el pasado 29 de abril de la mano de su antecesor, Miguel Arias Cañete. Desde un primer momento, Tejerina ha querido demostrar que su voluntad es “la de trabajar en beneficio de todos los sectores, para lo que pondremos empeño en culminar todos los proyectos emprendidos”. Durante su intervención, la nueva ministra ha recordado cómo en estos dos años de legisla-



■ Arias Cañete hace entrega de la cartera de Agricultura a García Tejerina. /FHALMERIA

tura, el Gobierno “ha puesto en marcha una política medio ambiental con entidad propia, centrada en crear una alianza efectiva entre el crecimiento económico y la protección del medio ambiente”, como parte de la recuperación económica y como vía para lograr un modelo de desarrollo sostenible. En lo que se refiere a la agricultura, el

objetivo de trabajo ha sido recuperar la prosperidad de agricultores y ganaderos, tener una industria agroalimentaria en crecimiento y mejorar la competitividad del sector. Según Tejerina, a ello han contribuido la “gran negociación de la PAC, las leyes impulsadas por el Ministerio y otros proyectos importantes que están en marcha,

como la estrategia de internacionalización del sector, la política forestal o el plan nacional de integración cooperativa”. De hecho, García Tejerina ha asegurado que numerosos proyectos “serán concluidos en los próximos meses con estos mismos objetivos”.

REACCIONES

En cuanto a las reacciones que ha mostrado el sector agrícola con respecto al nombramiento de Tejerina como nueva ministra de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, la organización agraria COAG, por ejemplo, le ha pedido que abra una nueva etapa de diálogo y negociación con las organizaciones profesionales agrarias para abordar, de manera consensuada y eficaz, los principales retos que debe afrontar el sector. En este sentido, el secretario general

de COAG, Miguel Blanco, ha apuntado que es “primordial” una apuesta “firme y decidida por el modelo social y profesional, básico para la creación de empleo y el desarrollo en el medio rural”.

Por su parte, la organización agraria ASAJA espera que mantenga el diálogo y sea sensible con las preocupaciones de la agricultura y la ganadería, así como que continúe el trabajo para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria y que defienda con ahínco los intereses del sector ante los acuerdos comerciales con países terceros. En el caso de FEPEX, la Federación reconoce a la nueva ministra de Agricultura como una gran experta y confía en que durante su mandato se resuelvan los grandes retos que tienen planteados los sectores de frutas y hortalizas y de flores y plantas ornamentales.

¡Activa tu cultivo!

brotone®

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



grupo **agrotecnología®**

www.agrotecnologia.net

ANÁLISIS DEL SECTOR

■ José Antonio Gutiérrez

Serafín Mateo Callejón, uno de los empresarios pioneros en el desarrollo agrícola almeriense desde los años setenta hasta hoy, ha publicado un libro basado en su tesis doctoral en la que analiza el proceso histórico del 'Modelo Almería' y cuáles son sus errores fundamentales. Mateo Callejón ha sido impulsor conjuntamente con sus hermanos de las empresas Dunia y CampoAlmería. También tuvo su incursión en la política con la creación del partido independiente local ALPO, siglas que correspondían a 'Agricultura Lo Primero'.

En su libro publicado por Caja Rural aborda temas tan profundos en su tratamiento como la 'Revolución económica de Almería'; los antecedentes y las bases del 'Modelo Almería' para el crecimiento económico, haciendo un profundo análisis del paso de la uva a la hortaliza; la familia como la base del modelo. En otro orden de cosas examina cómo "la globalización y los cambios institucionales marcan los límites del Modelo Almería de los años 70" y para ello hace una disección del modelo en los años 80, 90 y 2000.

Mateo Callejón, tras usar una gran cantidad de datos históricos y económicos dignos de todo elogio y que evidencian un enorme trabajo de investigación con su obra, manifiesta la necesidad de crear "un nuevo modelo Almería".

Toda la obra resulta interesante para quienes quieran saber qué es lo que ha pasado en los últimos cuarenta años en la provincia de Almería para que la agricultura sitúe la economía local donde está. En cualquier parte de la obra hay referencias en el tiempo muy interesantes sobre lo que sucedió en momentos claves de la historia económica provincial. Ejemplo de ello es la argumentación que emplea al presentar la variedad de pepino Pepinex del hoy llamado tipo Almería, como la hortaliza clave que supuso una ruptura entre la comercialización de la tradicional uva de mesa y la incipiente aparición de hortalizas de todo tipo y variedades que situaban a las empresas cooperativas en la puerta del mercado europeo, lo cual supuso un gran salto para todo el sector, el cual hizo una transición más rápida que lenta del parral al invernadero pasando por los enarenados.

Serafín Mateo no deja títere con cabeza a la hora de buscar culpables en el problema actual del 'Mo-

Serafín Mateo dice que los medios de comunicación difundieron la competencia de Marruecos para esconder deficiencias de la comercialización hortícola almeriense

El empresario ejidense ha publicado recientemente un libro que está basado en su tesis doctoral, que recoge ésta y otras muchas reflexiones



■ Andrés Sánchez Picón, profesor de la UAL, a la izquierda, y Serafín Mateo Callejón. /FHALMERIA

delo Almería'. Dice textualmente: "El problema básico de la horticultura de Almería, como viene defendiendo este texto, es la falta de calidad y productividad, derivadas de una deficiente organización comercial y del sistema de incentivos que genera. Además, esa deficiente organización, aunque tiene su origen en los mercados desregulados -las alhóndigas-, se ha propagado a las SAT y cooperativas y ha acabado por dominar a todo el sector".

En otra parte de su análisis culpa también al entorno de la agricultura y dice al respecto que "es más, ante esa falta de estímulo de unos valores empresariales adecuados, por las debilidades orga-

nizativas de su sector hortícola, la sociedad almeriense, sus medios de comunicación, sus centros colaboradores de opinión y sus más altas instancias políticas y económicas, han propagado extensamente una opinión simplista, que le sirve de justificación, según la cual, el problema se reduce a que el sector está padeciendo una competencia desleal por parte de la agricultura de Marruecos". Añade en este mismo sentido que esa opinión no se ha extendido al azar, sino de forma interesada ya que ha servido para "acallar otra opinión, que con anterioridad estuvo muy extendida y aseguraba que el problema de la horticultura de Almería era de mercados, es decir, que el

problema estaba en la comercialización".

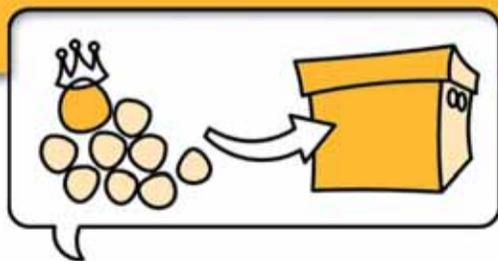
Por otra parte, el autor también pone en duda la validez de la Interprofesional HORTYFRUTA, al comentar que "las diferencias de actitud ante la calidad y el precio o ante la concentración (de cooperativas, SATs y alhóndigas), son las que vacían de sentido fórmulas organizativas como la llamada Interprofesional de Frutas y Hortalizas, que con tanto afán se promueve desde la desorientada Administración andaluza, y a la que pronto se ha acogido con un mal disimulado interés, el discutible y discutido gremio de las alhóndigas".

En cuanto a las soluciones que propone Mateo Callejón en su obra, destaca su propuesta de romper con el pasado y crear una nueva estructura de la gobernanza del sector, "crear un nuevo Modelo Almería", aplicando la innovación en todos los procesos, usando las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación: redes sociales, por ejemplo.) Habla de potenciar la calidad y la trazabilidad en aras de conseguir un precio justo para todas las partes que intervienen en el proceso productivo-comercial de la horticultura intensiva de Almería. La propuesta de Serafín Mateo supone un cambio profundo y total del sistema actual y la aplicación de los nuevos elementos innovadores y técnicos que los nuevos tiempos aportan a los profesionales de este sector.

Finalmente, el autor de este libro termina con una serie de recomendaciones en la parte que afecta a la comercialización que resultan, cuando menos, excesivamente novedosas, "conviene hacer algunas propuestas muy concretas que harían una importante contribución a la buena gestión y control de las operaciones. Serían precisas tres grandes iniciativas que contribuirían a la organización y ordenación del sector: (1) la gran central de información de la AOP, ya referida; 2) un índice de precios FOB apoyado por esa gran organización de origen (la AOP) y un gran medio de comunicación con implantación en el sector agroalimentario (algo así como un índice "HORTYFRUTA-Alimarket"); y 3) un carnet de agricultor por puntos que sirviera para asegurar que el agricultor 'conduce' su producción ateniéndose a las buenas prácticas, en una forma similar a como se hace en la automoción.



agrobío *vuela* ...



las mejores
condiciones



express
24 en menos de
horas



bio polinización
y **control**
bio lógico



+ producción
+ calidad

NUEVOS RETOS

Expolevante otorga más valor al negocio en una edición que supera los 140 expositores

■ Isabel Fernández

Dos años ha habido que esperar para que el Palacio de Exposiciones y Congresos de Campohermoso, en Níjar, vuelva a abrir sus puertas para acoger una nueva edición de Expolevante; sin embargo, la espera ha merecido la pena. Del 7 al 10 de mayo, este espacio se convierte en punto de encuentro del sector agrícola. Casas de semillas, comercializadoras, empresas de maquinaria y un largo etcétera se dan cita en estos 5.000 metros cuadrados para atender al verdadero protagonista del evento: el agricultor. Aún así, y pese a ese importante punto de encuentro que supone la feria, Expolevante le da este año una nueva vuelta de tuerca a su razón de ser y apuesta por convertirse en un centro de negocios.

Así lo afirmó el alcalde de Níjar, Antonio Jesús Rodríguez, durante la presentación de la nueva edición de la feria, en la que estuvo acompañado por el presidente de la Diputación Provincial, Gabriel Amat, y por el edil de Agricultura de Níjar, José Requena. Tal y como apuntó el regidor nijareño, la principal novedad este año va a ser que “le vamos a dar más valor si cabe a la oportunidad de negocio” frente a la oportunidad de encuentro, aspecto en el que se habían centrado en ediciones anteriores y que, con el tiempo, les ha reportado un importante éxito: más de 70.000 visitantes en la última edición, la de 2012, y más de 140 expositores, 14 colaboradores y 225 stands en la actual.

Antonio Jesús Rodríguez afirmó

En cualquier caso, el evento sigue teniendo un claro protagonista, el agricultor, ‘alma mater’ de una feria que, cuando aún no había abierto sus puertas, ya había cosechado su primer éxito, un lleno absoluto que obliga a plantearse nuevos objetivos



■ Vista general de la última edición de Expolevante, la de 2012. /FHALMERIA

que “queremos que las empresas aprovechen la feria para aumentar sus contactos comerciales” y, por eso, entre otras novedades, “les ofrecemos una sala de conferencias”, que servirá de punto de encuentro de todas las empresas, tanto expositoras como no expositoras. Sin embargo, y frente a esa apuesta firme por ofrecer oportunidades de negocio, el alcalde de Níjar volvió a insistir en que, en cualquier caso, nada de esto hubiese sido posible sin el agricultor. “Los agricultores

son los verdaderos protagonistas de esta feria”, afirmó y añadió que, de hecho, “es por y para los agricultores”, es más, “no tendría sentido, no hubiera alcanzado el éxito en ediciones anteriores ni hubiera alcanzado el éxito ya no previsto, sino garantizado, para esta edición si no fuera por los agricultores”. Unos productores que son, sin duda, “el alma de nuestra feria”.

Hablaba el regidor nijareño de éxito de la edición que se desarrolla del 7 al 10 de mayo y no es para

menos. En este 2014, Expolevante Níjar, que se vuelve a celebrar junto con NíjarCaza, cuenta con más de 140 expositores, sin duda, “una parte fundamental de nuestra feria”, ya que, “si no tuviéramos expositores, no tendríamos feria”. Sin embargo, la cifra podría haber sido mucho mayor de haber contado con más espacio; tanto es así que Antonio Jesús Rodríguez quiso “pedir disculpas a muchos expositores que se han quedado fuera”. Y es que los 5.000 metros cuadrados del Palacio de Exposiciones y Congresos de Campohermoso se han quedado pequeños para una feria que no hace más que cosechar éxitos. De momento, y para optimizar el espacio, a los organizadores no les ha quedado más remedio que reducir al mínimo indispensable los pasillos.

Por otro lado, durante la presentación del evento, el regidor nijareño tuvo palabras de agradecimiento para la Diputación almeriense, “única institución de la provincia que apoya la feria decididamente”. Llegado a este punto, quiso hacer una crítica a esas otras instituciones que no lo hacen, como

son la Junta de Andalucía y la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, que “no apoyan la agricultura de Níjar”.

Por su parte, el presidente de la Diputación Provincial llamó la atención sobre la importancia de la agricultura no sólo para el Campo de Níjar, sino también para el resto de la provincia. Y es que, según afirmó, “gracias a la agricultura y al trabajo de muchos hombres y mujeres que trabajan en el sector, Almería, con gran esfuerzo y sacrificio, está saliendo de la crisis de forma más rápida que otras provincias”.

NÍJARCAZA

Expolevante se celebra un año más junto con NíjarCaza, un evento paralelo que, según comentó Antonio Jesús Rodríguez, viene a aportar “dinamismo, colorido y esa vertiente de naturaleza” que tanta importancia tiene en la zona. En este sentido, llamó la atención no sólo sobre la actividad deportiva en torno a la cinegética, sino también sobre la “importante actividad comercial” que supone para la comarca.

Un año más, tanto NíjarCaza

“Níjar no le quita nada a Expo Agro ni Expo Agro a Níjar”

Cuando Expolevante está a punto de cosechar un nuevo éxito, es imposible no acordarse del mayor evento agrícola de la provincia, pero que, a día de hoy, sigue sin fecha para su próxima edición. Mucho se ha hablado y se habla sobre si Expolevante y Expo Agro son ‘ferias hermanas’ o, por el contrario, son competidoras; sin embar-

go, tanto el presidente de la Diputación Provincial, Gabriel Amat, como el alcalde de Níjar, Antonio Jesús Rodríguez, lo tienen claro. De hecho, durante la presentación de Expolevante, negaron tajantemente que Expolevante Níjar y Expo Agro sean dos ferias que se hagan la competencia mutuamente. En esta línea, Gabriel Amat

quiso dejar claro que “Expolevante es una cosa y Expo Agro, que tiene carácter internacional, otra”. Asimismo, sugirió que puede que el problema esté en que “no hay que hacer dos ferias todos los años”, luego “habrá que organizarse para dar el servicio que queremos darle a todas las empresas que vienen del extranjero a comprar nuestros productos agrícolas”. En definitiva, “Níjar no le quita nada a Expo Agro ni Expo Agro le quita nada a Níjar”, concluyó.

NUEVOS RETOS



■ El alcalde de Níjar, el presidente de la Diputación Provincial y el concejal de Agricultura de Níjar. /FHALMERIA

como Expolevante llegan cargadas de actividades para toda la familia, porque ambas son ferias “familiares”, como también lo son las explotaciones agrícolas de Almería. En el caso de la primera, están previstas varias exposiciones de perros y material para la caza, mientras que, ya en el marco de Expolevante, las presentaciones de productos por parte de empresas de la provincia se sucederán junto a un amplio programa de jornadas a cargo de empresas tanto expositoras como no

expositoras. Y es que, en su afán por poner todo de su parte para que la feria sea todo un éxito, desde el Ayuntamiento de Níjar han cedido una Sala de Conferencias, de forma totalmente gratuita, para todo aquel que quisiera participar en la cita.

Tal y como afirmó el alcalde de Níjar, “Expolevante es el evento más importante de nuestro municipio en materia agrícola”, luego “el Ayuntamiento organiza y va a seguir organizando y apoyando esta feria”.

OPINIÓN

Expolevante sí lo tiene claro

Decían hace unos días, durante la presentación de esta edición de Expolevante, el presidente de la Diputación Provincial y el alcalde de Níjar, y creo que muy inteligentemente, que ni la feria de Níjar hacía daño a Expo Agro, ni Expo Agro hacía daño a la cita nijareña. Y digo muy inteligentemente porque la suya fue una manera muy sutil de reconocer que nunca ha hecho falta que nadie ‘matara’ a Expo Agro, sino que ‘ha muerto’ por sí sola. Es más, yo me atrevería a decir que, como el título de una de las más ilustres novelas del recientemente fallecido Gabriel García Márquez, la de Expo Agro ha sido, en los últimos años, la crónica de una muerte anunciada.

En 2007, la cita de Aguadulce comenzó a agonizar, probablemente fruto de una de las más duras y miserables enfermedades, la del olvido, y no porque la gente no supiera quién era Expo Agro, sino porque la propia Expo Agro comenzó a olvidar quién era. Los síntomas de esta terrible enfermedad fueron haciéndose más visibles a medida que los expositores iban desapareciendo de sus pasillos y, un buen día, la enfermedad estuvo tan avanzada que la feria entró en coma y en ese estado sigue. Tener ambiciones no es malo, todo lo contrario; sin aspiraciones en esta vida, todo

seguiría igual. Pero ambicionar algo no significa que se haga sin mesura. Y es que Expo Agro quiso convertirse en una feria internacional, quizás –y esto es ya mucho suponer– a la altura de Fruit Logística. Y quiso traer a compradores y, luego, quiso ser la feria de la industria auxiliar y terminó siendo un congreso que se canceló porque no encontró el apoyo necesario para salir adelante. Y mientras todo esto ocurría, surgieron otros eventos –llámese Fruit Attraction– que dejaron bien a las claras que si en España ya había una feria para quienes buscaban el origen España, ¿para qué servía Expo Agro?

Y ajena a todo esto, Expolevante seguía su curso porque siempre supo quién era, la feria del agricultor, como repiten sin cesar desde la organización y como parecen entender los 140 expositores que participan este año y que llegan con ganas de mostrarle al productor todo lo que pueden hacer por él. Y el agricultor, cuando llega a Campohermoso, se siente como en casa porque encuentra lo que busca y porque sale de allí con soluciones a sus problemas. Las ferias internacionales, esas de chaqueta y corbata, no están hechas para ellos, quizás sí para sus cooperativas. Y ¿Expo Agro? Pues bien, cuando sepa quién es, igual ya no tiene a quién contárselo.

Isabel Fernández

pH Neutral Biorad-20®
Un nuevo concepto de
fisiestimulante
húmico




Naturalmente con



AMEC®
patentado

LAS MEJORES POST-COSECHAS
QUALITY FOR YOUR CROPS

Por una
AGRICULTURA SOSTENIBLE

- + Vida post-cosecha**
- + Producción**
- + Antioxidantes**
- Residuos**

Síguenos






POL. IND Caseta Blanca. 12194 Vall D'Alba. Castellón
Tel: (+34) 964 28 01 26 Mail: codiagro@codiagro.com
www.codiagro.com



CODIAGRO

Expertos corroboran la eficacia, vía radicular, de CODICOBRE® frente a *Alternaria solani*, en tomate

Este producto es un corrector de cobre complejo con ácido glucónico, molécula natural que se encuentra en el metabolismo de las plantas

■ CIA

La Universidad Jaime I de Castellón ha realizado un nuevo ensayo que corrobora la buena sistemia radicular de CODICOBRE®, de Codiagro, frente a otro compuesto cúprico ampliamente utilizado, el oxiclورو de cobre. Esto se traduce en un buen control de las enfermedades fúngicas o bacterianas en hortalizas, incluso cuando se usa vía radicular.

COMPLEJO NATURAL DE COBRE

CODICOBRE® es un corrector de cobre complejo con ácido glucónico. El ácido glucónico es una molécula natural y biodegradable que se encuentra habitualmente en el metabolismo de plantas y animales, ya que procede de la oxidación de la glucosa. El ensayo se realizó sobre plantas adultas de tomate de la variedad Montecarlo, caracterizada por su rápido crecimiento y su elevada producción, con unas buenas características en la maduración y consistencia del fruto.

TRATAMIENTOS DEL ENSAYO

1. Control (CT).
2. CODICOBRE® vía radicular a una dosis de 0.3 cc/planta (COD RAD).
3. Oxiclورو vía radicular a una dosis de 0.3 cc/planta (OXI RAD).
4. CODICOBRE® vía foliar a una dosis de 3 cc/L (COD FOL).

Mediciones efectuadas

- Caracterización del efecto de los tratamientos sobre el crecimiento y tasa fotosintética.
- Potencial hídrico y osmótico.
- Cuantificación de marcadores de estrés.
- Rendimiento.
- Inoculación de hongo fitopatógeno.
- Medidas en fruto (peso, dureza, grados Brix, etc).

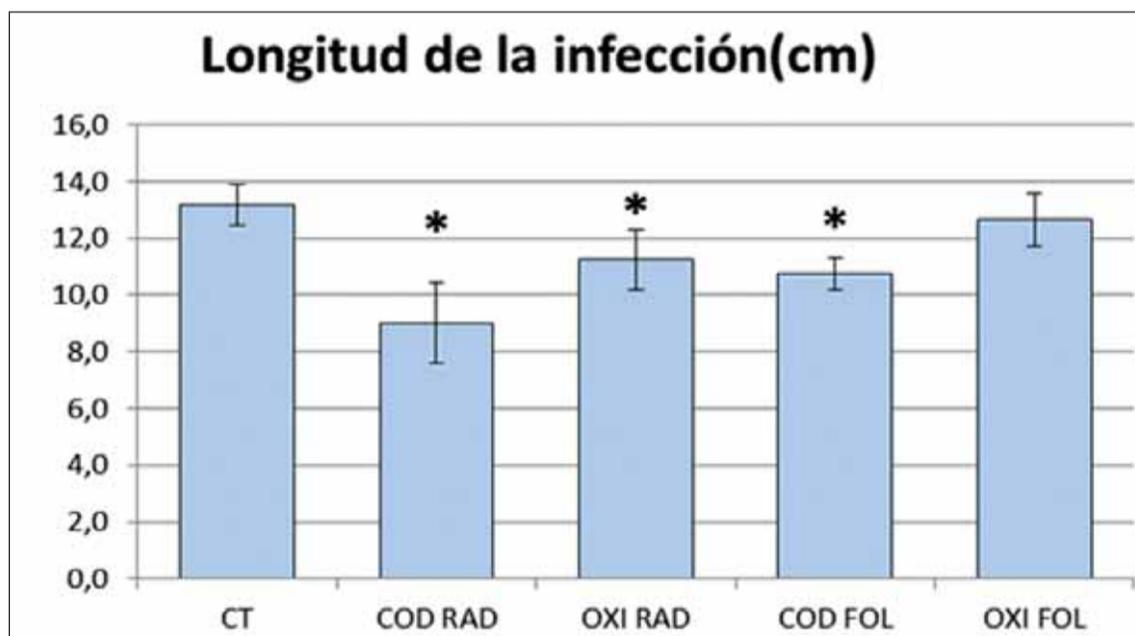
Principales resultados: gráficas 1 y 2.



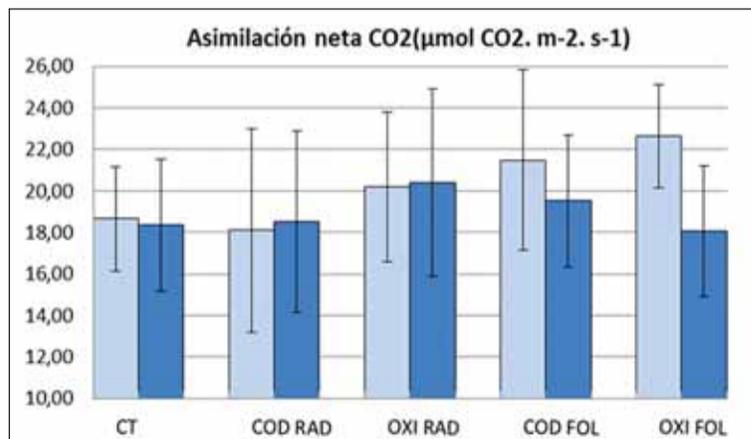
■ El ensayo se realizó sobre plantas adultas de tomate de la variedad Montecarlo.



■ Alternaria inoculada 'in vivo'.



■ Gráfica 1. Diámetro de la infección producida por *A. solani* en hojas de plantas inoculadas.



■ Gráfica 2. Asimilación neta de dióxido de carbono en las plantas de tomate del ensayo A. Las barras azul claro corresponden con las medidas de un primer muestreo (13 de mayo 2013), mientras que las azul oscuro son las medidas del segundo (3 de junio 2013).

CONCLUSIONES

Las principales conclusiones de este estudio son:

- 1.- El tratamiento con CODICOBRE® mejora el uso eficiente del agua ya que se alcanzan las mismas tasas fotosintéticas con menores aperturas estomáticas. Esto podría ser una ventaja en situaciones de estrés.
- 2.- El tratamiento con CODICOBRE® foliar, lejos de ser tóxico para la planta, supone una cierta mejora de su estado redox, mientras que el oxiclورو tiene un ligero efecto tóxico.

3- El nivel de estrés ambiental en las plantas tratadas con CODICOBRE®, de Codiagro, se redujo ligeramente con respecto a las plantas control, mientras que de forma transitoria se daría el efecto contrario en las tratadas con oxiclورو vía foliar.

4.- Los productos son efectivos reduciendo la infección de *Alternaria solani* en experimentos realizados in vivo. Especialmente efectivo se mostró el tratamiento radicular con CODICOBRE®. La única excepción es la aplicación de oxiclورو vía foliar, que no tuvo efecto.

FORMULACIÓN Y EFECTIVIDAD

La eficacia frente a estrés biótico y abiótico de un producto cúprico no está directamente relacionada con la riqueza en cobre metal, sino con la forma química en la que se presenta el elemento y las interacciones sinérgicas con los demás componentes del formulado.

En el ensayo A, los diámetros de la infección in vivo producida por *Alternaria solani* fueron significativamente menores en aquellas plantas tratadas con estos productos. La única excepción fue la sorpresa de observar cómo la aplicación de oxiclورو vía foliar no tuvo ningún efecto.

Más información en: www.codiagro.com

Sólo para ganadores

¿Cuál es tu portainjertos?

Arnold Armstrong Dohkko (502103) Arbimore

Ahora, si te unes a los portainjertos de Syngenta, formarás parte de la mejor combinación para que tu cultivo salga ganando.



syngenta®



Portainjertos de Syngenta y tú
LA COMBINACIÓN GANADORA

TM

NOVEDAD



■ Línea de productos 'de autor' de La Gergaleña, del Grupo Caparrós. /FHALMERIA

La Gergaleña aúna tradición e innovación con su línea de productos 'de autor'

Ya están a la venta cuatro nuevas referencias, como son Tomate Frito, Tomate Raf Frito, Tomate Frito con Albahaca y Pisto

■ CIA

La Gergaleña, tras su anterior lanzamiento al mercado de la primera línea de mousse de hortalizas, ahora da una nueva vuelta de tuerca al mercado gourmet con su nueva gama de productos 'de autor'. La línea sale al mercado con cuatro referencias: Tomate Frito, Tomate Raf Frito, Tomate Frito con Albahaca y Pisto.

El reconocido chef Antonio Gázquez, firma y avala estas nuevas referencias, aportado sus mejores técnicas y conocimientos. En palabras del propio Antonio Gázquez, "esta línea 'de autor', supone la correcta combinación entre la tradición de la cocina mediterránea y las técnicas actuales de la alta cocina, para dar como resultado un producto superlativo en sabor, color y aroma. No ha sido fácil, ya que conseguir este resultado utilizando sólo productos naturales y una elaboración artesanal supone un verdadero esfuerzo en el desarrollo de las recetas"

El gerente de la siempre innovadora firma almeriense, Pedro Caparrós, afirma que "siempre hemos

sido una empresa que apuesta por el sabor, y con el lanzamiento de esta gama, nos ratificamos en ello. Queremos ser una empresa referente para aquellos consumidores que busquen el máximo sabor y las sensaciones más agradables en los productos que consumen"

La Gergaleña cuenta con tres fortalezas principales, para garantizar los mejores productos a sus clientes: son productos naturales, elaborados sólo con productos naturales y bajo los más estrictos controles de calidad. La calidad se controla desde el origen, ya que los ingredientes principales provienen de otras empresas de Grupo Caparrós; la experiencia del sabor intenso, ya que La Gergaleña apuesta por

lograr que sus productos mantengan un sabor y olor característicos, que hagan las delicias de los paladares más exigente y, finalmente, alimentación mediterránea a base de hortalizas. La empresa aplica recetas para obtener productos de la auténtica dieta mediterránea, de base vegetal y con un perfecto equilibrio entre tradición y modernidad.

La línea gourmet 'de Autor hortalizas' de La Gergaleña se presenta en tarros de vidrio de 235 gramos netos de contenido, con una cuidada presentación y un colorido etiquetado. Además, al igual que el resto de referencias de la compañía, son alimentos aptos para celíacos, ya que se encuentran libres de gluten.

EN LA FERIA

Campomar imparte una jornada sobre formación de los futuros agricultores

■ R. V. A.

La Escuela de Formación Agraria Campomar vuelve a demostrar su compromiso con la feria agrícola Expolevante organizando una jornada el día 8 de mayo en la Sala de Conferencias del Centro de Exposiciones y Congresos de Campohermoso.

El título de la ponencia es 'El sector agrario en la provincia de Almería y la formación de futuros agricultores' y correrá a cargo, una vez más, de José Francisco Valverde Guil, uno de los integrantes de la plantilla de profesores de la Escuela de Formación Agraria de Campomar.

La E.F.A. Campomar, que se encuentra en el núcleo de población roquetero de Aguadulce, es una de las salidas formativas preferidas para jóvenes almerienses y de otras provincias españolas. Y es que, con un sector agrícola tan importante como el local cada año se necesitan, pese a la crisis, trabajadores formados en la materia.

Una de las pocas alternativas a la E.F.A. Campomar, ya a un nivel superior, es la Universidad de Almería, donde se imparten cursos universitarios tan demandados e imprescindibles para el campo almeriense como la Ingeniería Técnica Agrícola, más conocida como ITA.

EN CALIFORNIA ROJO

Syngenta reconoce a dos agricultores con producciones récord de su variedad de pimiento Guainos

■ CIA

Syngenta y su distribuidor Fitosur entregaron el pasado 29 de abril dos placas en reconocimiento al récord absoluto de producción con su variedad de pimiento California rojo Guainos. Los agricultores José Antonio Enrique López y Juan Manuel Enrique López, hermanos y con invernaderos en las zonas de Tierras de Almería y El Lote, en El



■ Premiadados.

Ejido, han conseguido esta campaña producciones de entre 12 y 14 kilos por metro, según las zonas y las épocas de siembra.

Casi más importante que esta alta producción ha sido el porcentaje de pimientos de primera calidad, que ha alcanzado el 90%. En total, los dos agricultores han plantado 3,3 hectáreas de Guainos en diferentes fechas, según la zona de los invernaderos. Gracias a la calidad de Guainos y al

manejo adecuado de estos dos agricultores, se ha podido conseguir este récord, que habla claramente de la capacidad de producción de este California rojo. El gerente de Fitosur, Paco Yelamos, y el responsable de pimiento de Syngenta, Francisco Morales, entregaron las placas a los agricultores, destacando la imprescindible colaboración que debe existir entre la compañía de semillas, el distribuidor y el agri-

cultor, coincidiendo todos en que para obtener una producción tan alta y con esa calidad es necesaria una buena semilla, pero también un asesoramiento correcto y un manejo perfecto en el invernadero.

Guainos es un California rojo para siembras medias, de entre el 10 de julio a finales de ese mes, que da frutos de calibre GG y con un rojo muy intenso, con una enorme consistencia que hace que aguante bien en planta y que da muy buena postcosecha. A esas características se le une su alta resistencia a virus (L4 y TSWV) y su gran producción con alto porcentaje de frutos de primera.

PIONEROS

Semilleros Laimund injertará de 5 a 6 millones de plantas de tomate de excelente calidad

La empresa con sede en el término municipal ejidense lleva realizando injertos desde el año 1995, de ahí su experiencia y eficacia

■ Rafa Villegas

Los clientes de Semilleros Laimund saben que trabajar con esta empresa es sinónimo de tranquilidad. Y es que, cuando aún no se hablaba de los injertos, en el año 1995, Laimund ya empezó a desarrollarlos en sus instalaciones de El Ejido.

En la actualidad, como ha explicado Francisco Molina, técnico de Semilleros Laimund, prevén injertar por contacto lateral, con una pin-

za de silicona de 1'6, "entre cinco y seis millones de plantas de tomate", en torno a las cifras de la pasada campaña hortofrutícola.

Molina prevé, además, que "entre el 60 y el 70 por ciento del tomate demandado sea injertado este ejercicio, el resto, no".

Una vez más, la mayor parte de los agricultores quiere la planta entre el 25 de julio y el 5 de septiembre, por lo que en Laimund estos días se están haciendo, incluso, entre 150.000 y 200.000 injertos diarios.

La organización es fundamental para poder garantizar, como hacen en Semilleros Laimund, la fecha de entrega de su injerto de tomate de calidad. Para lograrlo, la empresa cuenta con personal muy cualificado tanto en sus instalaciones de El Ejido como en la

del término municipal de Níjar, en el cruce de Barranquete con San Isidro.

A la cualificación de su personal hay que sumar la última tecnología en sus cinco cámaras de prendimiento. En total, en plena campaña, Semilleros Laimund cuenta con cuatro empleados en las oficinas, una encargada, dos técnicos, unos 12 hombres para la realización de diferentes tareas, así como disponen de dos camiones propios y alguno externo para el transporte.

En estas fechas, comienza la campaña de pimiento junto con la del injerto de tomate y también de berenjena, que va en aumento cada año. Y, por supuesto, no hay que olvidar las pequeñas cantidades de judía, calabacín y pepino que no paran en todo el año.



■ Injerto de tomate de Semilleros Laimund, un valor seguro. /FHALMERIA



Semilleros LAIMUND S.I.

**PLANTAS HORTÍCOLAS ENRAIZADAS EN CEPELLÓN
Y PRODUCCIÓN DE PLANTAS ORNAMENTALES**

www.semilleroslaimund.com

*Especialistas en injerto de tomate,
sandía, melón, pepino y berenjena*

**"Gracias a nuestra experiencia de 28 años
ofrecemos a nuestros clientes plantas de calidad"**

**CONSÚLTENOS Y
LE ASESORAREMOS**



Ctra. Berja, Km. 1 y Paraje Cuatro Vientos, 289 - Tels. 950 48 66 11 - 606 98 46 08 - Fax 950 48 66 61 - El Ejido
Autovía del Mediterráneo, Salida 471 - Cruce Barranquete con San Isidro - Tel. 950 38 46 41 - Níjar - Almería



■ Gracias a Razymo RZ, Delyca RZ, Rayosol RZ y Ramyle RZ, agricultor y comercializadora contarán con un tomate ramo de calidad durante todo el año. /FHALMERIA

Los tomates de Rijk Zwaan garantizan una excelente calidad los 365 días del año

Tanto en ensalada como en ramo o cherry redondo, la empresa de semillas cuenta con variedades adaptadas a todos los ciclos de cultivo

■ Isabel Fernández

Rijk Zwaan cuenta con una amplia gama de variedades de tomate, en sus diferentes tipologías, que garantizan una buena calidad y una disponibilidad de producto homogéneas y constantes durante todo el año, gracias a que cada una de ellas está indicada para un ciclo de cultivo diferente y que vienen a complementarse entre sí. Estas dos características suponen importantes ventajas para todos los eslabones de la cadena alimentaria, desde el agricultor hasta el consumidor. En el caso del primero, el agricultor sabe que puede contar con volumen de género de calidad durante todo su ciclo pro-

ductivo, tanto en los cultivos tempranos como en los más tardíos, lo que le va a permitir obtener una cierta rentabilidad en sus plantaciones.

La cooperativa o SAT, por su parte, sabe que, gracias a estas variedades con las que trabaja su agricultor, podrá contar con género de calidad durante toda la campaña, incluso durante los meses de verano, pudiendo abastecer así a todos sus clientes. Por último, el consumidor podrá disfrutar de sus tomates favoritos cuando lo desee, con la garantía de que siempre estará adquiriendo un producto de calidad, acorde a todas sus exigencias.

Esta calidad y producción homogéneas durante todo el año no es algo limitado a una sola tipología de tomate, sino que en Rijk Zwaan han logrado extrapolarlo a todos sus tipos. De este modo, tanto en tomate tipo beef o ensalada, como en tomate ramo o cherry re-

dondo para suelto, la empresa de semillas cuenta con variedades que garantizan esa calidad y producción equilibradas desde los ciclos más tempranos hasta las plantaciones más tardías, incluso estivales.

TOMATES DE ENSALADA

Dentro de los tomates tipo beef o ensalada, Rijk Zwaan cuenta con tres variedades que permiten a cualquier agricultor o comercializador contar con un producto no sólo de calidad, sino que también les proporciona un volumen adecuado para cumplir con sus clientes en cada una de las distintas épocas del año. En primer lugar, la empresa de semillas cuenta con Montenegro RZ, toda una referencia ya en el segmento de tomate pintón. Esta variedad está indicada siempre para ciclos cortos, tanto de otoño como de primavera, y, en ambos casos, ofrece un fruto de cuello verde oscuro, con muy buen color y un ca-

libre GG. A estas cualidades hay que añadir su buena firmeza, conservación y, cómo no, sabor.

Por su parte, el 74-687 RZ es una variedad pensada para complementar a Montenegro RZ en sus ciclos de otoño y primavera, pero que, además, permite su cultivo en los meses de verano.

Para quienes prefieran, sin embargo, un ciclo largo de tomate, Rijk Zwaan cuenta con Pradollano RZ, una variedad recomendada para un ciclo de otoño-invierno, entre otras cosas, gracias a la vigorosidad de su planta, que le garantiza un largo recorrido. Ésta es, además, una variedad productiva y que ofrece frutos con muy buen color y firmeza. Con estas tres variedades, y según explica Manuel Hernández, especialista de Cultivo de Tomate de Rijk Zwaan, “se pueden cubrir todos los ciclos del año”, es decir, tanto el agricultor como la cooperativa podrán “tener producto todo el año”; pero no

un producto cualquiera, sino un ajustado a las demandas de los mercados más exigentes.

TOMATES RAMO

Por otro lado, y en lo que respecta a los tomates en ramo, la empresa de semillas cuenta en su catálogo con cuatro variedades, cada una adaptada a un ciclo diferente de cultivo, que permiten poder ofrecer un género con calidad durante todo el año. En este segmento, Rijk Zwaan cuenta con Ramyle RZ, una variedad pensada para ciclos largos, pero que también puede utilizarse en plantaciones de primavera, e incluso, en verano. También para un ciclo largo, la empresa de semillas cuenta con Rayosol RZ, una variedad que, además, puede ser usada para trasplantes de primavera. Rayosol RZ es una variedad que destaca por su color rojo muy intenso, además de por ofrecer frutos de excelente calidad y con una buena consistencia.

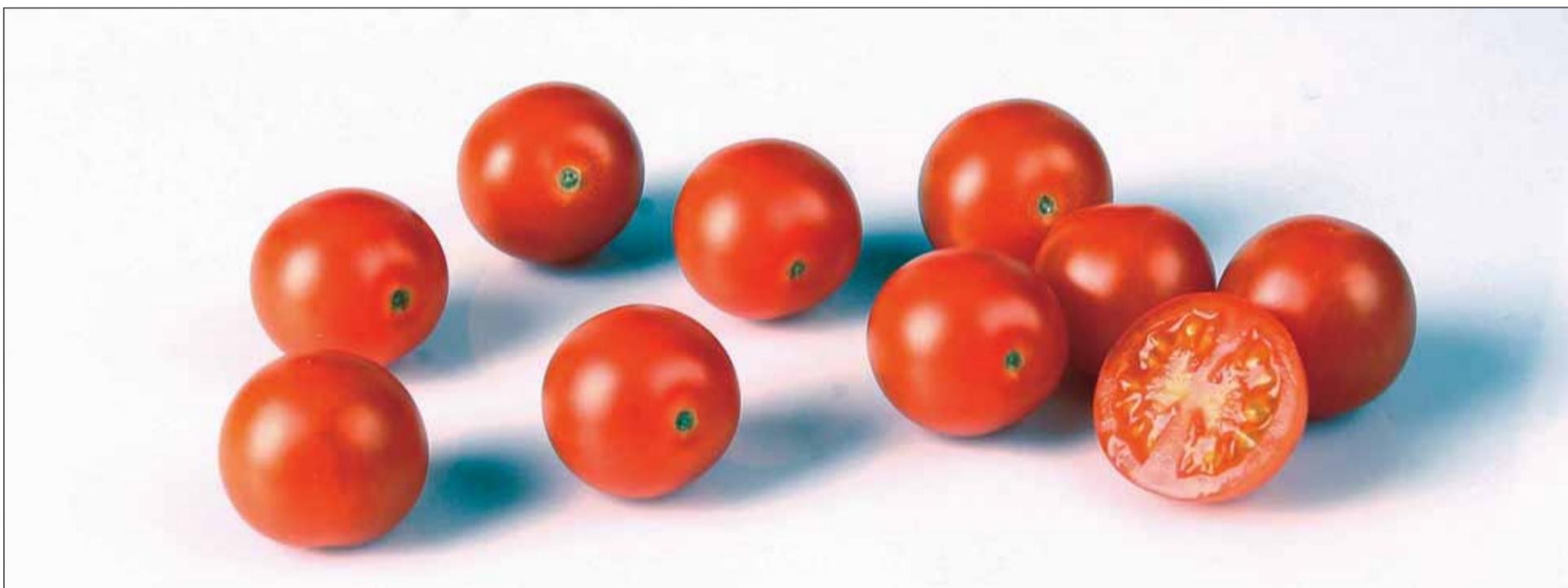
TOMATES RZ



■ Montenegro RZ, una referencia en tomate pintón. /FHALMERIA



■ El 74-687 RZ complementa a Montenegro RZ. /FHALMERIA



■ Nancy RZ destaca por su sabor, así como por su buena postcosecha. /FHALMERIA

Para quienes quieran ir un poco más allá y busquen hacer un ciclo extralargo de tomate, la empresa de semillas cuenta con Delyca RZ, un tomate en ramo para recolección en suelo que destaca por su precocidad, lo que le permite al agricultor rentabilizar su plantación lo más rápidamente posible. Por último, en el segmento de tomate en ramo, Rijk Zwaan sigue apostando por Razymo RZ, un tomate para ciclos cortos de otoño y que cuenta con una gran homogeneidad tanto en calibre como en forma y color. Asimismo, se caracteriza por tener muy buena firmeza y una larga vida comercial. Aspecto este último muy a tener en cuenta a la hora de la comercialización.

Como ocurriera en el caso de los tomates tipo beef o ensalada, también en ramo, Rijk Zwaan cuenta

con una amplia gama de variedades que permiten tener ramos de calidad durante todo el año.

CHERRY

Por último, en tomate cherry redondo para su recolección en suelo, la empresa de semillas tiene a Nancy RZ y a Guindo RZ. El primero es un tomate para ciclos largos de otoño-invierno, mientras que el segundo está indicado para ciclos cortos, en este caso, de primavera-verano.

Nancy RZ es un tomate que destaca, sobre todo, por su buen sabor -cuenta con un mínimo de 8,5 grados brix- y por su excelente postcosecha. Asimismo, es un tomate adaptado a los meses más fríos, tanto que, incluso en ese tiempo, no sufre parones productivos, con lo cual ni el agricultor se queda sin género para

recolectar ni en su cooperativa notarán ese bajón que les impida cumplir con sus programaciones.

Guindo RZ, por su parte, aporta un calibre homogéneo durante todo el ciclo, además de ser una variedad productiva y con frutos de buen sabor, consistencia y que no se rajan.

Con todas estas variedades de tomates tipo beef o ensalada, ramo y cherry redondo para suelo, Rijk Zwaan garantiza a agricultor y comercializadora la disponibilidad de un producto de calidad durante todo el año, desde las fechas más tempranas a las más tardías, e incluso, en los meses de verano. La casa de semillas responde, de este modo, a las demandas de un mercado que no entiende de estaciones y que pide producto todo el año.



■ La calidad durante los 365 días del año es posible. /FHALMERIA

Empresas de distintos sectores eligen la feria para presentar sus nuevos productos

Todas ellas harán uso de la Sala de Conferencias que la organización ha puesto a su disposición, tanto si son expositores o no

■ Isabel Fernández

Son muchas las empresas que han identificado Expolevante como el marco más adecuado para presentar sus nuevos productos o, en su caso, para mostrar sus últimos protocolos de actuación para intervenir de un modo u otro sobre los cultivos, con el fin de obtener el mayor beneficio posible. Para ello, la mayor parte de ellas hará uso del espacio cedido por la organización de la cita, la Sala de Conferencias del Palacio de Exposiciones y Congresos de Campohermoso, donde ofrecerán distintas ponencias.

La encargada de 'romper el hielo' será Atlántica Agrícola, que ya en la jornada inaugural, a partir de las 17:00 horas, abordará en una ponencia una cuestión tan actual como 'Extractos vegetales, una alternativa frente a los plaguicidas'. Tras esta charla, llegará el turno de Biomip, empresa de base tecnológica de la provincia y que desarrolla su actividad dentro del ámbito de la biotecnología aplicada a la agricultura. En su caso, Biomip aprovechará la oportunidad que le ofrece la muestra para presentar un nuevo producto, 'Tribón: nueva solución para la salud de los cultivos hortícolas'. Será a partir de las 18:00 horas.

La tarde del 7 de mayo, jornada inaugural de la feria, llega carga de jornadas y a Atlántica Agrícola y Biomip se unirá, ya a las 19:00 horas, Tubocas, empresa dedicada a la fabricación y comercialización de sistemas de calefacción por biomasa, que hablará, precisamente, de su especialidad. Así, la empresa ofrecerá una ponencia titulada 'La biomasa como fuente de calefacción en los invernaderos'. Tubocas será la encargada de poner el punto y final a una intensa tarde de jornadas técnicas y presentaciones. Sin embargo, éstas no estarán limitadas única y exclusivamente a la primera jornada de la feria nijaña.



■ La Sala de Conferencias ya acogió distintas jornadas durante la última edición de Expolevante. /FHALMERIA



■ Algunas empresas han optado por hacer sus presentaciones en sus respectivos stands. /FHALMERIA

Ya el jueves, 8 de mayo, llegará el turno de empresas como Sipcam Iberia, Greening Ingeniería y, de nuevo, Biomip. En el caso de la primera, a partir de las 11:00 horas, ofrecerá una jornada técnica, mientras que el resto de jornadas tendrán lugar ya por la tarde. La encargada de abrir la Sala de Conferencias después del mediodía será Greening Ingeniería, spin-off de la Universidad de Granada (UGR) dedicada al crecimiento sostenible y social en sectores de alto valor tra-

Los stands también albergarán distintas acciones promocionales y 'puestas de largo'

Pero toda la actividad no se va a centrar en la Sala de Conferencias, sino que también hay empresas que han preferido quedarse en sus stands y, desde ahí, hacer sus propias presentaciones. Éste es el caso del semillero Cristalplant, que a partir de las

13:30 horas del jueves mostrará su nuevo vídeo corporativo.

Previamente, a las 13:00 horas, en el stand de Biosabor, la empresa que preside Francisco Belmonte presentará uno de sus últimos productos elaborados.

dicional y básicos para el desarrollo humano, como son la agricultura y el medio ambiente. En este sentido, durante su ponencia, que se repetirá ya el sábado, 10 de mayo, a partir de las 17:30 horas, abordarán la 'Mejora de la eficiencia energética en el regadío, aplicación de energía renovable mediante bombes solares de agua'.

Por último, a partir de las 18:00 horas, Biomip repetirá experiencia, aunque, en este caso, para abundar en el 'Control biológico de pulgones en cultivos hortícolas'.

El viernes, 9 de mayo, serán JH Hydroponic System S.L. y Lida Plant Research, junto con Suministros Agrícolas Céspedes, las que hagan uso de ese espacio cedido por la organización para hacer sus respectivas presentaciones. Así, a las 12:00 horas, JH Hydroponic Systems S.L. hablará de la 'Problemática y soluciones de los drenajes en invernaderos', mientras que, apenas media hora más tarde, a las 12:30 horas, Lida Plant Research y Suministros Agrícolas Céspedes lo harán sobre 'Fitovacunas vegetales con registro fitosanitario', un tema, sin lugar a dudas, muy a la orden del día.

LABORATORIO

Savia Biotech busca líneas de desarrollo que den valor añadido a los productos almerienses

El fin es dar valor a las cualidades organolépticas de los frutos, intentando generar la marca Almería como producto fresco

■ Elena Sánchez

Savia Biotech ha comenzado una nueva andadura dentro del sector agroalimentario almeriense con el fin de lograr líneas de desarrollo que aporten valor añadido a los productos. De hecho, Ramón Araico, gerente de la entidad, explica que “el objetivo que nos hemos marcado es generar proyectos prácticos para el campo. Los nuevos servicios que estamos ofreciendo están relacionados con el hecho de dar valor a las cualidades organolépticas de frutos como tomate o pimiento, intentando generar la marca de Almería como un producto fresco que contiene una mayor cantidad de antioxidantes, carotenos, etc.”. Con todo esto, lo que se pretende desde Savia Biotech es “diferenciarlos de otros productos vegetales y que la salida al mercado sea rentable”. Al respecto, desde esta empresa se está trabajando en un proyecto genético, “en el que está involucrado Vegacañada” y que consiste en conseguir el perfeccionamiento del sistema mediante unos marcadores moleculares que permitan identificar qué tomate es originario de un sitio o de otro e intentar ubicarlo para que, de alguna forma, se pueda certificar el origen del producto”.

Por otro lado, dentro de la amplia gama de servicios que ofrece esta entidad a empresas y agricultores, se encuentra la analítica clásica con multiresiduos, los microbiológicos y la patología vegetal. En este apartado, Ramón Araico indica que existen “diversos tipos de análisis, desde los multiresiduos, para ver si el producto tiene restos de materias activas, insecticidas o herbicidas, pasando por los microbiológicos, que son los que nos muestran la presencia de bacterias u hongos en los vegetales”. Asimismo, para los agricultores, se encuentran los análisis de agua, suelo, aguas de riego e incluso análisis de semillas para



■ Ramón Araico, gerente de Savia Biotech. /FHALMERIA



■ Fachada de Savia Biotech, situada en Roquetas de Mar. /FHALMERIA

ver si tienen patógenos, virus o bacterias”.

TECNOLOGÍA NIR

Desde hace tres años, aproximadamente, Savia Biotech está inmersa en la tecnología NIR en sandía. De hecho, se emplea para conocer la cantidad de grados Brix de la sandía gracias a la aplicación de la técnica de espectrometría de

infrarrojo cercano, también conocida como tecnología NIR. De este modo, lo que se busca es averiguar el grado de madurez de esta fruta sin necesidad de tener que destruir el producto. Al respecto, Araico argumenta que “esta tecnología puede relanzar la sandía, ya que se trata de un producto que sale caro, puesto que cuando el consumidor la compra no puede estar seguro

de que le vaya a salir con el dulzor que él espera. Sin embargo, si compras una sandía que viene etiquetada con los grados Brix concretos que tiene, sí que estarías dispuesto a pagar más por consumir un producto que sabes que va a estar bueno”.

Con todas estas acciones, el gerente de Savia Biotech quiere dejar claro que “lo que en realidad

vamos a hacer es revelar una cantidad de cosas que están ahí, pero que no se han dado a conocer y que pueden corregir ciertos aspectos para mejorar el fruto. Con esto, me estoy dando cuenta de que las empresas están interesadas en tecnologías que supongan un paso adelante en el sector, por lo que, en estos momentos, lo que estamos haciendo es reunirnos con las entidades para que conozcan nuestra labor y podamos seguir contando con su apoyo para, entre todos, ir avanzando en este área”.

OTROS PROYECTOS

A día de hoy, Savia Biotech está colaborando con la Universidad de Almería en un proyecto sobre control energético en cámaras frigoríficas e invernaderos. “Dentro de este estudio, que pretende aprovechar la energía, tenemos varias líneas de actuación. Una de ellas trata de captar el calor durante el día y devolverlo dentro del invernadero a la noche. Creemos que el sector de las energías renovables, geotermia, etc. va a ocupar una parte importante dentro del futuro de sector agrícola”.

ADAPTADO A LOS TIEMPOS

Campo de Níjar, una agricultura pionera con más de 1.000 hectáreas de ecológico

Esta zona del Levante de Almería está concienciada con el medio ambiente, además, el 80% de la superficie es de producción integrada

■ Elena Sánchez

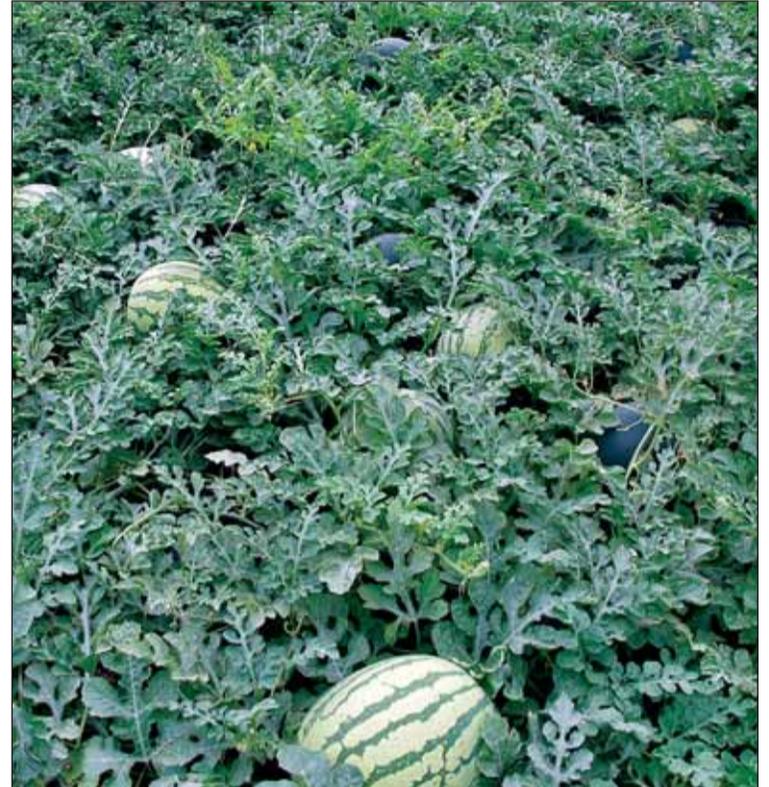
Níjar es una de las principales zonas agrícolas de la provincia almeriense, de hecho, alrededor de 5.000 son las hectáreas sobre las que se trabaja, principalmente, con tomate, el cultivo líder del municipio. Sin embargo, durante la época de primavera, la sandía también toma cierto protagonismo entre los agricultores, seguida del calabacín, que según José Requena, concejal de Agricultura del Ayuntamiento de Níjar, ocupa alrededor del 20 por ciento de la producción nijareña, que también está compuesta por cantidades más pequeñas de pepino o berenjena.

El Campo de Níjar se ha convertido en los últimos años en pionero en muchas de las acciones que han llevado al sector agrícola a seguir mejorando no solo a nivel nacional, sino también internacional. De hecho, casi el 80 por ciento de la producción está cultivada bajo control integrado, es más, según indica José Requena, "Coprohñíjar fue pionera en Almería en producir mediante esta forma de cultivo", así como también existen alrededor de 1.000 hectáreas dedicadas a la agricultura ecológica.

Sin embargo, Níjar no solo destaca por ser la primera zona de Almería en llevar a cabo esta forma de producción, sino que también lo es en cuanto al sistema de riego. Al respecto, el concejal de Agricultura del municipio explica que "nosotros fuimos pioneros en el control del gasto del agua, ya que nuestro método de riego mezcla el agua de la desaladora con el agua de los pozos. Sin duda, esto ha supuesto un antes y un después en nuestra agricultura, ya que gracias a este método de riego se ha podido volver a cultivos tradicionales de antaño, como el pepino o la judía, ambos abandonados campañas atrás debido a que el agua que teníamos para regar era muy salada". Asimismo, Requena aprove-



■ Cultivo de tomate en la zona de Níjar. /FHALMERIA



■ Producción de sandía bajo invernadero. /FHALMERIA



■ José Requena, concejal de Agricultura del Ayuntamiento de Níjar. /FHALMERIA

cha la ocasión para recordar que uno de "nuestros objetivos de cara a los próximos años es potenciar el consumo de agua desalada, que, aunque sea más caro, es mucho mejor para la producción, que, además, es de más calidad y con la que se obtiene una mayor cantidad de kilos".

VENTAJAS DEL CLIMA

Uno de los aspectos que más destacan de la zona de Níjar es su clima extremo, mucho calor en verano y frío en invierno, algo que permite que "el fruto tenga mucha

más calidad y sabor, eso sí, el dato menos positivo es que, al hacer tanto frío, el volumen de kilos que nosotros obtenemos, en comparación con la zona del Poniente almeriense, es mucho menor. Y es que, si en el Poniente, un cultivo de tomate da 18 kilos por metro cuadrado en una campaña, aquí en Níjar, tendremos entre 9 y 10 kilos por metro". El concejal de Agricultura de Níjar quiere hacer hincapié en el alto compromiso que los agricultores muestran con la agricultura nijareña cada año. "Estamos hablando de un productor

que siempre ha sido muy innovador, no solo a la hora de apostar por la mejora de sus instalaciones e invernaderos, sino también a la hora de apostar por la introducción de la fauna auxiliar en sus cultivos. Nuestros agricultores siempre han sido pioneros en su trabajo, no han tenido miedo a innovar cuando ha hecho falta y se han adaptado a los nuevos cambios que están apareciendo cada año. Y es que, no tengo duda de que para estar a la vanguardia hay que ser conscientes de que hay que apostar por las novedades en el sector".

La higiene rural, una lucha que no cesa, en manos de la Junta

La higiene rural es una de las principales preocupaciones del Ayuntamiento de Níjar, a pesar de que, desde hace unos años, ya no es competencia de la Administración local, sino que compete a la Junta de Andalucía, después de que la Comisión Europea sacara una normativa que así lo establecía. De hecho, según el concejal de Agricultura de Níjar, José Requena, "estamos trabajando con la Junta para mejorar la limpieza en nuestro campo y lograr que los alrededores de los invernaderos se vean exentos de desechos agrícolas que lo único que provocan son más plagas y enfermedades". Aún así, a día de hoy, el agricultor cuenta con la planta de reciclaje de Albaída, así como con otras tantas de tratamiento de plásticos donde poder llevar los restos agrícolas y tratarlos de manera adecuada.

A LA VANGUARDIA

Med Hermes apuesta por las especialidades de tomate y presenta Tomperinos y Rosambra

■ CIA

La casa de semillas, que ha situado al tipo cocktail Bacco como referencia de ese segmento, ha publicado un blog, llamado 'Tomatocult', con toda la información acerca de su producto estrella, el tomate, canal directo entre productor y consumidor

Con el objetivo de recuperar a través de sus variedades, el sabor de lo tradicional, Med Hermes se sigue consolidando campaña tras campaña en el mercado nacional e internacional.

Centrados en tomate, aunque también con una fuerte investigación en otras especies como calabacín, pimiento, sandía y melón y siguiendo la filosofía de la firma en cuanto a diferenciación, apuestan por la especialización buscando valor añadido.

La tipología cocktail desde siempre ha representado una especialidad como tomate de mesa, posicionándose en la parte alta en la escala de satisfacción del consumidor medio del norte de Europa, y en este segmento, Med Hermes cuenta con su ya conocida variedad Bacco, que se ha convertido en apenas dos campañas en la variedad de referencia dentro del segmento del tomate cocktail. Las características del cocktail Bacco lo hacen único, su buen comportamiento agronómico (buen comportamiento con frío, elevada resistencia al cracking, elevada LSL...), su calibre intermedio con una rama de raquis grueso y excelente contraste visual entre el color rojo del fruto y el color verde del raquis, y su sabor con predominio de los azúcares sobre los áci-

dos, hacen de Bacco un verdadero tomate cocktail que ha conquistado tanto a los grupos de producción y distribución como a los principales mercados del norte de Europa, cosechando un gran éxito entre los consumidores finales.

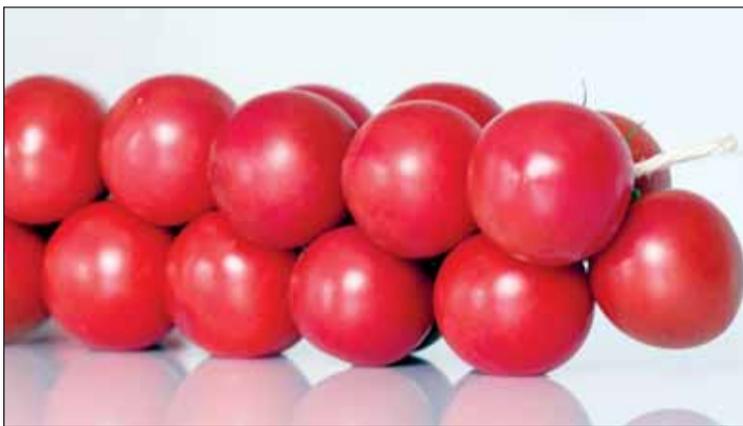
Siguiendo con las especialidades, esta campaña Med Hermes ha presentado dos nuevos productos. En el segmento del tomate 'mini san marzano' ha presentado a Tomperinos y en el segmento del tomate rosa ha presentado a Rosambra (ex Mir 23).

Por su parte, Tomperinos es una variedad de tomate tipo 'mini san marzano' o también conocido como tipo 'perino' para recolección en ramo y/o suelto.

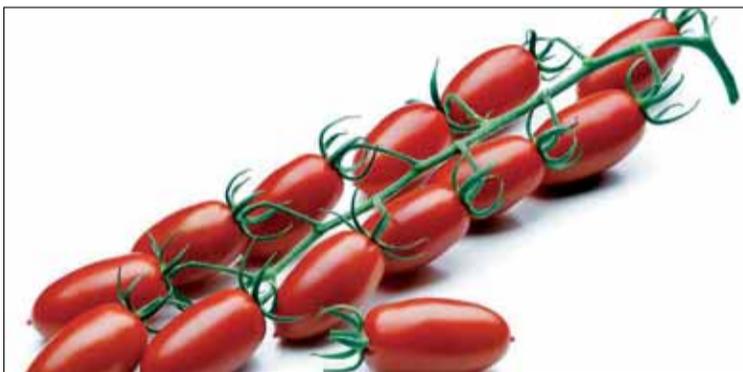
La planta de Tomperinos es una planta de vigor medio, porte abierto y con entrenudos cortos y regulares. Es una planta muy rústica, que se adapta muy bien al ciclo largo, teniendo un buen comportamiento con frío.

Otra cualidad destacable de Tomperinos es su alta productividad, muy por encima a otras tipologías relativas al segmento del tomate pera pequeño.

En relación al fruto de Tomperinos, tenemos que decir que presenta un color rojo brillante y tiene un peso de unos 40 gramos con



■ Tomate tipo rosado Rosambra, de Med Hermes. /FHALMERIA



■ Tomate tipo mini san marzano Tomperinos. /FHALMERIA

3,5 centímetros de diámetro y 6,5 centímetros de longitud, aproximadamente. Presenta una óptima LSL en postcosecha y un elevado sabor con retrogusto afrutado.

Por su parte ROSAMBRA es una variedad de tomate tipo rosado. Esta variedad ofrece doble aptitud:

recolección en pintón, para consumo en fresco, o recolección en maduración total (rosado) para untar en el pan, ofreciendo además la posibilidad de que los frutos puedan ser cosidos en ristras y colgados, muy típico de la cultura catalana (tomate de colgar).

La planta de Rosambra es una planta de vigor alto, entrenudos cortos, y muy rústica, adaptándose muy bien al ciclo largo.

Los frutos de calibre M se caracterizan por su excelente conservación postcosecha, mejorando sus cualidades con el paso de los días, lo que lo hacen ideal no solo para untar, ya que permite ser utilizado en cocina con cualquier otra finalidad, como por ejemplo la elaboración de salsas.

Manteniéndose fiel a su filosofía en cuanto a innovación y diferenciación, en las últimas semanas la empresa ha presentado un blog llamado 'Tomatocult' (www.tomatocult.com) dedicado exclusivamente al mundo del tomate. El principal objetivo de 'Tomatocult' es crear un canal de comunicación directo entre productores y consumidores, compartiendo noticias, curiosidades y opiniones.

'Tomatocult' también está conectado con las principales redes sociales para un mejor intercambio de contenidos y un intercambio más rápido de ideas e intereses relacionados con el tomate.

Todo esto hace que el proyecto de Med Hermes se haga cada día más sólido tanto en el plano nacional como internacional.

BACCO F1



COCKTAIL

MedHermes
SIEMBRA TU ÉXITO

*Sabor y elegancia
en rama*

WWW.MEDHERMES.NET

GREGORY F1



CHERRY

PARTICIPACIÓN

El sector de las semillas 'invade' la feria con un alto número de empresas asistentes

Alrededor de 15 casas de semillas no quieren perder la oportunidad de participar en una feria cuyas ventajas para ellas son infinitas

■ Elena Sánchez

El sector de las semillas es uno de los más fuertes dentro de la agricultura almeriense, de hecho, gran parte de las firmas más importantes a nivel nacional e internacional tienen sede en Almería. En este sentido, alrededor de 15 casas no han querido dejar pasar la oportunidad de estar presentes en la feria hortofrutícola más importante de la provincia, ya que, además, las fechas en las que se celebra ofrecen a las empresas la oportunidad de comenzar a contactar con sus clientes de cara a conocer qué es lo que buscan para la próxima campaña.

Expolevante ofrece a este tipo de entidades la oportunidad de estar, durante unos días, cerca no sólo de sus clientes comerciales, sino también de los agricultores, que, al fin y al cabo, son los que saben qué semilla quieren y cuáles son aquellos aspectos que desean mejorar para contar con una producción 100% rentable y de calidad.

FIRMAS IMPORTANTES

Entre las casas de semillas que van a estar presentes en esta nueva edición de la feria de Campohermoso cabe destacar la participación, un año más, de Rijk Zwaan, Diamond Seeds, Ramiro Arnedo, Med Hermes, Syngenta, Yuksel Seeds, Top Seeds Iberica, Clause, Hazera, Semillas Fitó, Ibero Seeds, Vilmorin, Eugen Seeds o Zeraim Iberica. Todas ellas con ganas de mostrar sus últimas novedades en productos como tomate, pimiento, calabacín, pepino, berenjena, sandía o melón y que, seguro, cumplen con las exigencias no solo de mercados, sino también de agricultores y consumidores. En el caso de la casa de semillas Rijk Zwaan, en la edición anterior de Expolevante, aprovechó para mostrar su amplio catálogo de tomate, entre otros productos, donde destaca Montenegro RZ, Ramyle RZ o Delyca RZ.



■ El tomate es el cultivo principal de la zona de Níjar. /FHALMERIA



■ En primavera, la sandía, es uno de los frutos más cultivados. /FHALMERIA



■ Plantación de calabacín bajo invernadero. /FHALMERIA



■ El pimiento, junto con el tomate, es la hortaliza más demandada por los agricultores de la provincia almeriense. /FHALMERIA

Las semilleras presentarán sus novedades para el próximo año

Por la zona en la que se celebra Expolevante (el Levante almeriense, donde el cultivo que predomina es el tomate), las empresas se decantarán por los frutos que más protagonismo tendrán en la próxima campaña, como el tomate (sobre todo en Níjar) y el pimiento (zona de Poniente), dos productos que comenzarán a sembrarse en junio, en las zonas más tempranas, y en julio-agosto, en las más tardías, por lo que, en estos momentos, es cuando se empieza a hacer la selección de una variedad u otra. Sin duda, se trata de una buena época para que las casas de semillas entren en acción y traten, junto con el agricultor, de establecer las mejores fechas de plantación y los ciclos que se van a llevar a cabo, teniendo en cuenta zona de producción, situación de suelo, instalaciones de invernadero, etc.

A MÁS

Semilleros El Plantel registra un récord de pedidos de injerto de tomate esta campaña

La confianza que tienen los agricultores en los semilleros de esta empresa de la provincia la han llevado a trabajar para llevar a cabo un aumento de superficie en La Mojonera y Níjar, así como la construcción de una nueva delegación, en 2015, en El Ejido

■ Rafa Villegas

La excelente calidad que consigue Semilleros El Plantel con su técnica de microinjerto en tomate le está haciendo superar todos sus records. Así, en principio, desde el semillero estiman que producirán en torno a 10 millones de este producto injertado, más de dos millones más que en la pasada campaña.

Tal ha sido la demanda estos años en las diferentes delegaciones que tiene El Plantel en la provincia que han decidido aumentar la capacidad de sus instalaciones de La Mojonera y Níjar. Concretamente, como ha explicado Noelia Robles, coordinadora del Departamento Comercial, “en La Mojonera el incremento va a ser de dos hectáreas, mientras que en el de Níjar se va a contar con 12.000 metros más”.

Esta ampliación de superficie va a permitir atender la demanda de toda la clientela de La Mojonera, doblando la capacidad y garantizando espacio suficiente para todos. Lo mismo va a ocurrir en Níjar, donde sin la ampliación no había capacidad suficiente para satisfacer el ritmo de pedidos. Además de las dos ampliaciones, Semilleros El Plantel está trabajando ya en la construcción de una nueva de-



■ Planta de tomate injertada con la técnica de Semilleros El Plantel. /FHALMERIA

legación en el término municipal de El Ejido, concretamente en la carretera de Almerimar, junto a Grúas Cantón.

Con la inauguración de estas instalaciones, de tres hectáreas, que está prevista para mayo de 2015, se prevé aumentar la clientela de agricultores de la ciudad de El Ejido y otros núcleos de población del municipio, como Balerna o Matagorda. Lo cierto es que el microinjerto de tomate que ofrece Se-

milleros El Plantel procura toda una serie de ventajas, como por ejemplo una mayor precocidad, constatada, así como una mayor calidad de la fruta.

El microinjerto de tomate de Semilleros El Plantel, que se hace con plantas de entre 1,6 y 1,8 milímetros de grosor, evita los problemas que conllevan las uniones imperfectas entre el patrón y la variedad, lo que se ha traducido siempre en un foco de entrada de enfermedades y patógenos, especialmente en los meses de diciembre y enero, que es cuando las temperaturas son más bajas y la humedad más elevada.

La perfecta unión entre patrón y variedad hace que la planta prospere prácticamente en su totalidad. Ello implica un ahorro importante para el agricultor, ya que no necesita plantas extra para suplir las que no prosperan. Semilleros El Plantel ha conseguido una media de 990 injertos útiles de cada mil, lo que significa que prácticamente el cien por cien de las plantas que injertan son útiles.

Uno de los secretos de Semilleros El Plantel es, sin duda, su gran apuesta por las últimas tecnologías, sus modernas instalaciones y, no menos importante, el contar con personal totalmente especializado. La combinación que ha logrado entre el factor humano y la tecnología les está proporcionando muchos éxitos.

Semilleros El Plantel programa una serie de degustaciones y una jornada en la feria

Semilleros El Plantel organiza en Expolevante una degustación de productos de Biosabor (gazpacho, salmorejo, zumo de cherry y sopa de tomate), el jueves de 12:30 a 21 horas, y la degustación de productos de

Sobrasabor (sobrasada vegetal y tomate en aceite), el viernes con el mismo horario.

El viernes, de 17 a 21 horas, organiza una jornada sobre introducción al cultivo tropical en Níjar.

 **El Plantel**
SEMILLEROS

“Siempre al lado del agricultor”

Tel. 950 330 101

www.elplantelsemilleros.com

Síguenos en:



ENTREVISTA

FRANCISCO CASERO ■ ■ ■ PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN VALOR ECOLÓGICO (ECOVALIA)

“Almería juega un papel esencial en la producción andaluza y eso tiene su reflejo en el ecológico”

Casero insiste en que éste es aún un sector “joven” y con un “largo recorrido”, pero lo más importante es que “lo demanda nuestra sociedad”

■ Isabel Fernández

Pregunta.- Ecovalia participa en una nueva edición de Expolevante. ¿Por qué han creído conveniente estar presentes en este evento?

Respuesta.- Para nuestra entidad, que lleva más de 23 años desarrollando la producción ecológica, el contacto directo con productores y compradores es esencial. Expolevante se ha convertido en un referente no sólo en el Levante almeriense, sino que es una de las ferias hortofrutícolas más importantes de España. Es por ello que, allí donde está el sector, tenemos que estar con nuestros socios y socias, impulsando y desarrollando la producción ecológica.

P.- Almería cuenta con un importante número de hectáreas de producción en ecológico, tanto de frutos secos como olivar, frutas y hortalizas. ¿Qué importancia diría usted que tiene en el conjunto de Andalucía?

R.- Almería juega un papel esencial en la producción agraria andaluza y eso tiene su fiel reflejo en la producción ecológica. Almería representa la primera provincia andaluza en número de operadores, con más de 2.000, que representan un 19,75% del total. Además, el valor añadido que representa la agricultura ecológica es un fiel reflejo para nuestros socios almerienses.

P.- ¿Hay que seguir difundiendo los valores de la agricultura ecológica?

R.- La producción ecológica ha conseguido por méritos propios ser el sector de punta de lanza, tanto en lo tecnológico como en valor seguro a la cuenta de resultados. Los hechos así lo demuestran y los mercados lo corroboran, su producción se cotiza en 62,8 billones de dólares a nivel mundial en 2011 y su mercado lleva 23 años en un auge continuo. Se han des-



■ Francisco Casero, presidente de Ecovalia. /FHALMERIA

terrado ya falsos mitos como la calidad comercial, los rendimientos y el ser un producto inasequible. En este sector ecológico en el que existe de todo, no podemos olvidar a su industria hortofrutícola, con 10.365 hectáreas certificadas, pilar fundamental para la penetración y conquistas de nuevos mercados. Pese a esto, somos un sector productivo joven y que tiene mucho recorrido; por ello, no debemos cesar en su apoyo y empuje. Nos lo demanda nuestra sociedad y lo exige la rentabilidad.

P.- En muchas ocasiones se habla de la producción ecológica como una producción libre de residuos, sin embargo, en las producciones con lucha integrada, mayoritarias en Almería, también se camina hacia ese residuo 0. Cuando esto ocurra, cuando en lucha integrada se consiga ese residuo cero, ¿cuál seguirá siendo el valor añadido de la agricultura ecológica?

R.- La producción ecológica trabaja no sólo con LMRs 0, es de-

cir, que no se admite ningún residuo, ya que no están permitidos los productos de síntesis química. Asimismo, la manipulación genética no está permitida, además, como he indicado, respetar los procesos naturales de crecimiento y maduración permite que aparezcan al completo vitaminas como las de la serie B, mayor presencia de carotenos y flavonoides, así como antioxidantes. Además, quien tiene la última palabra es el mercado y los consumidores y los datos ahí están. Por último, no debemos olvidar que la producción ecológica no sólo aporta un producto de alta calidad, que respeta los ciclos biológicos, con máxima seguridad alimentaria y contribuye a la disminución de los costes en salud. El producto ecológico es un eficaz aliado en la fijación de población rural, aporta un 30% más de empleo, mantiene los recursos naturales y defiende la continuidad de la agricultura.

P.- Los españoles no son grandes consumidores de productos

ecológicos, ¿por qué? ¿Es sólo una cuestión de precio?

R.- Taxativamente no, los productos ecológicos no son más caros. Si en el precio hace tiempo existía un diferencial alto, éste ha disminuido con las nuevas vías de comercialización. Además, debemos tener en cuenta que el respetar los ciclos biológicos para que el producto adquiera y transforme sus nutrientes conlleva más tiempo. Igualmente ocurre con la edad mínima de sacrificio en el caso de la ganadería, son productos totalmente diferentes y que, por ende, tienen su reconocimiento en el precio. Además, ¿cuánto cuesta la no acumulación de organofosforados y organoclorados en nuestro organismo?, es admisible para nuestra salud. Todo ello sin hablar a la contribución que tenemos de forma indirecta en la creación de empleo y riqueza medio ambiental.

P.- ¿Quiénes son los grandes consumidores de productos ecológicos?

R.- A nivel mundial se divide en dos grandes bloques, América y Europa. El primer país es EE UU, con 21.038 millones de euros en el año 2011. En Europa, el primer lugar lo ocupa Alemania, con 6.590 millones de euros. Si hablamos en gasto por persona y año, el primer lugar lo ocupan Suiza y Dinamarca, con 177 y 162 euros, seguidas de Alemania, Francia hasta llegar a España, que tiene un consumo de 21 euros por persona y año. Fruto de esta realidad se firmaron los acuerdos para la exportación eco con EE UU en 2012.

P.- Desde las distintas administraciones, tanto regional, como nacional, e incluso, europea, se ponen en marcha diferentes políticas para tratar de fomentar estas producciones. ¿Son suficientes?

R.- No, ya que se entiende la producción ecológica de forma aislada, como un sistema de producción agraria, cuestión que va mucho más allá. La producción ecológica influye directamente en el gasto en salud, prevención de incendios, educación y cultura. No existe una actuación transversal entre las distintas administraciones y centros de decisión. Es por ello que debemos avanzar en este sentido.

P.- ¿En qué punto de su desarrollo está la agricultura ecológica en Andalucía?

R.- Pese a lo que se puede pensar, Andalucía tiene ahora mismo un 14% de su superficie agraria útil en producción ecológica, en cultivos concretos tiene mucho camino que recorrer. Además, esta situación de liderazgo ya ha sido rebasada en ciertos cultivos por otras comunidades como Castilla-La Mancha, que están incrementando sus producciones.

P.- ¿Cuáles son sus retos de futuro?

R.- Seguir avanzado en las producciones y transformaciones para incrementar valor añadido, así como incrementar el consumo nacional y local, además de aumentar la investigación y los avances tecnológicos para la producción ecológica. Todo lo demás vendrá con la propia actividad.

LÍDERES EN LA FABRICACIÓN DE FIBRA DE COCO

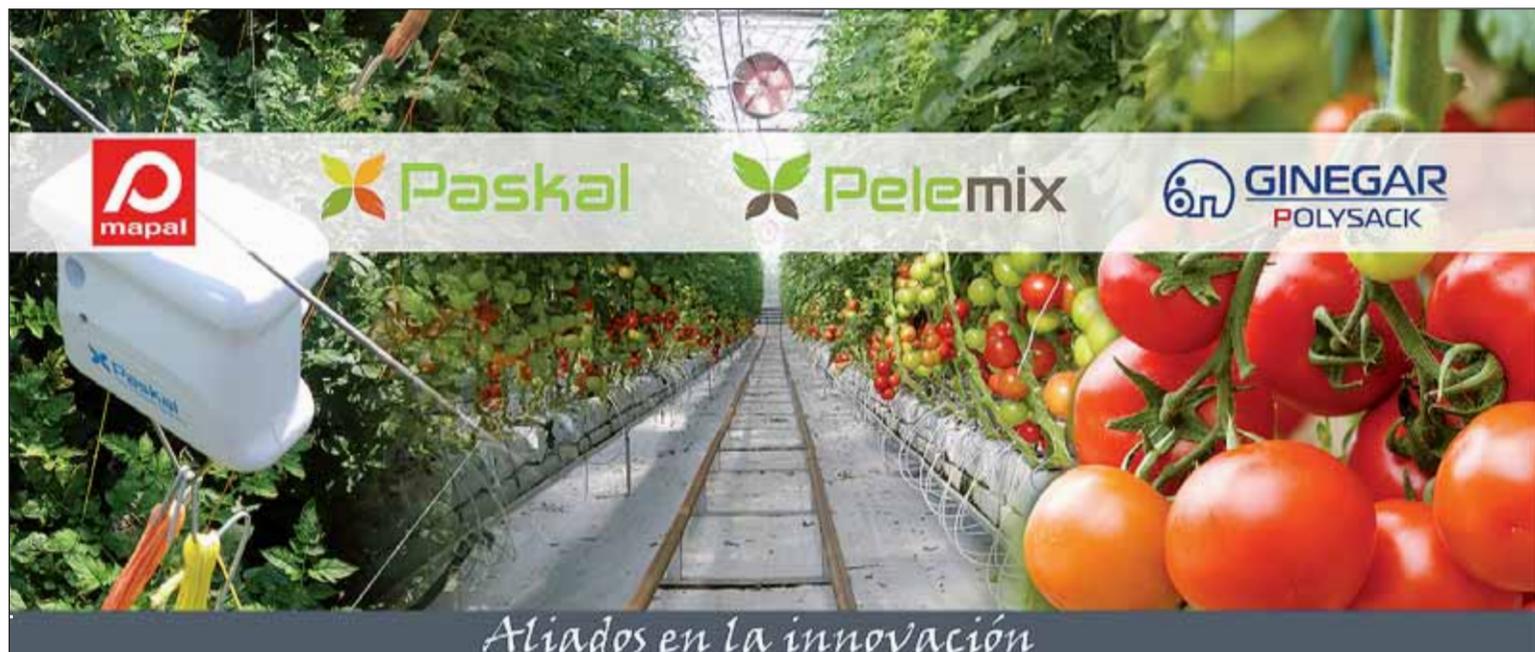
Pelemix acude a la feria por primera vez con todas sus novedades y marcas a las que representa

Entre esas novedades, mostrará su *Weight System*, un revolucionario sistema de monitorización del crecimiento de la planta

■ CIA

Pelemix España, empresa líder en la fabricación de fibra de coco y sustratos, acude este año, por primera vez, a Expolevante (stands 69 y 70), un evento en el que participan más de 140 empresas de todos los sectores relacionados con la agricultura y que, sólo en su última edición, la de 2012, atrajo a unos 70.000 visitantes. Expolevante se caracteriza por ser una feria muy enfocada al agricultor; de ahí su gran éxito de participación edición tras edición, tanto de productores como de empresas.

En este sentido, Virginia Olivares, directora comercial de Pelemix España, afirma que “este tipo de acontecimientos supone una gran oportunidad no sólo para consolidar las relaciones en-



■ Su *Weight System* tendrá un papel protagonista en la feria nijareña. /FHALMERIA

tre cliente y proveedor”, sino que, además, “es el lugar perfecto para ofrecer nuevas soluciones a situaciones que nos plantea el campo o, al menos, es una oportunidad para considerarlas y discutir las”. Precisamente por ello, comenta Olivares, “a esta feria vamos el equipo al completo para atender, asesorar y mostrar nuestras novedades, que estamos se-

guros de que van a contribuir de forma positiva a obtener los mejores resultados en los cultivos”.

Pelemix España acude al evento junto con todas las marcas a las que representa, como son Paskal, que trabaja con sistemas de entutorado para cultivos hortícolas, Mapal, especializada en sistemas de recolección de agua, y Polysack, dedicada a las ma-

llas y pantallas de sombreo. La empresa aprovechará su participación en el evento, además, para mostrar sus últimas novedades, entre ellas su *Weight System*, un revolucionario sistema de monitorización del crecimiento de la planta que no sólo aporta información real de ese crecimiento, sino que también permite su análisis e interacción

con otros factores que influyen en el desarrollo del cultivo.

Pelemix, empresa de origen israelí, inició su expansión en el mercado español en 2003. Actualmente, dispone de cuatro fábricas de fibra de coco en Sri Lanka y una en India, mientras que, en España, cuenta con instalaciones en Alhama de Murcia.

fhalmería
REVISTA AGRARIA MENSUAL DE LA PROVINCIA DE ALMERIA
El periódico de los agricultores
EN MAYO: ESPECIALES 'EL TOMATE Y SUS INJERTOS'
Y 'PIMIENTO TARDÍO'

Adra acoge la presentación oficial de la gama de pimientos de Meridiem Seeds

En el acto intervinieron el gerente, el responsable de Marketing de la casa de semillas, así como el alcalde del municipio abderitano

■ Rafa Villegas

La casa de semillas Meridiem Seeds organizó, el día 11 de abril, una presentación oficial en Adra de su catálogo de pimiento, con especial atención a sus dos grandes novedades: Tolteca y Alvarado, dos California amarillos que, sin duda, conquistaron a los presentes.

Con una escenificación digna del recinto en el que se llevó a cabo la presentación, el Centro Cultural de Adra, sin recurrir a la típica charla informativa aburrida, la empresa española hizo un repaso por las características de los pimientos, recurriendo a adivinanzas y, en definitiva, a un espectáculo que logró mantener atentos a todos los presentes y, por consiguiente, dar a conocer las bondades de sus nuevos pimientos.

Al estrado subió, entre otros, José Jiménez, gerente de Meridiem Seeds, que agradeció la asistencia a los presentes y el trabajo realizado por el equipo humano de la casa de semillas. Además, Jiménez adelantó que gracias al esfuerzo en investigación, además de Tolteca y Alvarado, en breve ofrecerán más novedades en pimiento, además de en melón y en pepino.

Por otra parte, Miguel García, director de Marketing de Meridiem Seeds, hizo un repaso de cómo se organiza la empresa, qué departamentos de trabajo la forman y dónde se encuentra. Así, por ejemplo, recordó que tienen oficinas en el núcleo de población ejidense de Santa María del Águila, así como en la localidad murciana de Torre Pacheco, donde, además, tienen un centro de logística.

En cuanto a las semillas de productos hortofrutícolas que oferta Meridiem Seeds en la actualidad figuran pepino, melón lechuga, berenjena, tomate y, por supuesto, pimiento. La empresa está presente en las principales zonas de producción de estas frutas y hortalizas, así como en Italia. Del mismo modo,



■ Momento de la presentación de Alvarado y Tolteca, pimientos que representaban las azafatas, en el Centro Cultural de Adra. /FHALMERIA

ya a través de otros distribuidores, la casa de semillas también tiene presencia en Brasil, Turquía, Israel, Holanda y Australia.

CALIFORNIA AMARILLO

Además de recordar las características del lamuyo Oaxaca y el pimiento California rojo Zacatecas, más conocidos entre los agricultores de la provincia, García hizo un profundo repaso de las características que hacen de Tolteca y Alvarado, ambos con resistencias a L4 y a Spotted, dos California amarillos excelentes.

Así, respecto a Tolteca, García destacó que “es un pimiento temprano, cuyo trasplante se recomienda en el mes de junio, no más allá del día 10 de julio, que presenta una producción espectacular, con un color amarillo limón muy llamativo, calibres G-GG, muy comerciales, y una buena conservación postcosecha”, aspectos que, sumados a su buen cuaje con altas temperaturas, a su excelente firmeza y al equilibrio de su planta hacen de este pimiento un California excelente. Por otra parte, Alvarado, como explicó García, “está in-

dicado para trasplantes de ciclo medio-tardío, del mes de julio, presenta una rápida entrada en producción, si bien ésta es escalonada durante todo el ciclo, sus frutos son perfectos, cuadrados, presenta un estupendo color amarillo limón y su planta presenta un porte abierto”.

Meridiem Seeds organizó, además, durante el acto, tres sorteos. En el primero de ellos, les dio una papeleta a todos los agricultores que habían visto ya Tolteca y/o Alvarado en el campo, en su fase experimental, y extrajeron una, la del vencedor de 10.000 semillas de California amarillo para la próxima campaña hortofrutícola. En los otros dos sorteos, los participantes fueron los agricultores que se interesaron por cultivar uno de los dos pimientos y que, para ello, rellenaron, previamente, una papeleta.

El acto tampoco se lo quiso perder el alcalde de Adra, Enrique Hernando, acompañado por sus concejales de Cultura y Agricultura. Hernando también subió al escenario para agradecer la “interesante presentación” y, cómo no, transmitirle a los agricultores abderita-



■ Meridiem Seeds invitó a una comida a todos los asistentes. /FHALMERIA

nos lo que su Ayuntamiento hace por ellos.

Hernando catalogó de “éxito” la formación, desde hace unos años, de la Junta Central de Usuarios, gracias a la que, según el alcalde, “se han mejorado vías rurales, se ha mejorado la higiene rural y seguimos presionando para que la Junta nos conceda la concesión de 3 hectómetros cúbicos de agua que necesitamos para mezclarla y mejorar la calidad de nuestra agua para riego”. Del mismo modo, Enrique Hernando aseguró que siguen “pen-

dientes de que la Junta de Andalucía se decida a permitir la puesta en producción de 200 hectáreas en la vega abderitana”. También hizo hincapié en la necesidad de formarse y puso como ejemplo el taller de empleo que organizaron recientemente en el que, como explicó “25 jóvenes del municipio han aprendido a construir los mejores invernaderos y, no menos importante, a montar una empresa”. Hernando ha adelantado que, “si la Junta lo permite, vamos a repetir la experiencia”.



Levante - Níjar

Feria de Agricultura, Cinegética y Naturaleza

Del 7 al 10 de Mayo - 2014



Centro de Exposiciones y Congresos
Campohermoso - Almería- Horario: 11:00-21:00 h



Ayuntamiento de Níjar

Concejalía de Agricultura y Medio Ambiente

www.facebook.com/feria.nijar // www.nijar.es

INTERESADOS EN EL MODELO ALMERÍA

Medio centenar de estudiantes británicos conoce la agricultura de Almería de la mano de SAT Agroiris

■ I. Fernández / R. Villegas

Medio centenar de estudiantes de las universidades de Kingston y Middlesex, en Londres, visitó a principios de abril la SAT Agroiris, en el marco de una visita a la provincia para conocer su modelo productivo. Los estudiantes fueron recibidos por José Antonio Gutiérrez, consejero delegado de la comercializadora ejidense, quien les explicó con detalle todos los entresijos de la agricultura local para, posteriormente, responder a todas sus preguntas.

Los estudiantes pudieron conocer de primera mano cómo se cultiva en Almería, el papel de las comercializadoras a la hora de preparar el producto y el rol de la Gran Distribución en todo este entramado. “Su estrategia -la de la distribución- es crecer, crecer y crecer para controlar todo el mercado y, al final, al cliente y al agricultor”, según les comentó Gutiérrez.

Los visitantes, la mayoría estudiantes de Ciencias Ambientales, se mostraron muy interesados, sobre todo, por el respeto al medio ambiente de la agricultura almeriense. En este sentido, dejaron ver su preocupación por el uso sostenible de recursos tan limitados como el agua, por el reciclaje de un elemento fundamental para la agricultura invernada como es el plástico o por el impacto de la actividad agrícola sobre otros sectores económicos de la provincia, como puede ser el turismo. La situación actual de los acuíferos de Almería y la gestión de su agua fueron otros de los aspectos de la visita que despertaron su interés.

Tras la charla y después de haber resuelto todas sus dudas, los universitarios tuvieron la oportunidad de conocer las instalaciones de SAT Agroiris.

Pero el programa de la visita incluyó otras muchas actividades. Así, por ejemplo, a través de una charla y de una visita guiada por las instalaciones de la comunidad de regantes Las Cuatro Vegas, los estudiantes conocieron las ventajas ambientales y sociales del uso de las aguas regeneradas, gracias a la depuradora de Almería, que permiten la subsistencia de más de 1.200 explotaciones familiares agra-

Los visitantes, procedentes de la Universidad de Kingston, en Londres, no sólo vieron cómo funciona una de las mayores comercializadoras de la provincia, sino que también visitaron una desaladora y, cómo no, las instalaciones de Clisol Agro



■ Momento de la visita de estudiantes de Ciencias Ambientales de las universidades londinenses de Kingston y Middlesex a las instalaciones de Agroiris.

rias dedicadas mayoritariamente al cultivo de tomate de gran calidad.

Del mismo modo, los estudiantes visitaron una desaladora, informándose del proceso de desalación, el coste del agua desalada y su impacto medioambiental. Además, el grupo de alumnos de Kingston y Middlesex también se despla-

ron hasta Adra, para conocer de cerca las Albuferas de la localidad y el impacto que tienen los invernaderos en el humedal, así como a Almerimar, donde visitaron el Paraje Natural de Punta Entinas.

La visita se completó con la siempre interesante charla de Lola Gómez, gerente de Clisol Agro, todo un referente almeriense.



Theo
Estudiante

“Cuando ves los invernaderos de cerca son mucho más impactantes”

Alejandro Cedillo
Estudiante

“Como español, me alegro de que produzcamos todo esto y se reconozca fuera”



Dr. Kerry Brown
Profesor

“Esta agricultura ha traído una gran prosperidad económica a la población”

Moses Kimuyu
Estudiante

“Me gusta el uso que hacen del agua, gracias a su reutilización o la desalinización”



Fabio da Silva
Estudiante de postgrado

“Gracias a la visita, tenemos una visión más completa de todo el sector”

REFERENCIA A NIVEL NACIONAL

Coprohníjar prevé comercializar 17 millones de kilos de tomate cherry en esta campaña

Esta cooperativa, especializada en el cultivo de tomate en todos sus tipos, alcanza un volumen de producción anual de 30 millones de kilos de esta hortaliza, a los que suma en torno a 15 millones de kilos más de sandía llegada la primavera

■ Isabel Fernández

En Coprohníjar son especialistas en el cultivo de tomate en todos sus tipos, pero sobre todo en tomate cherry, si cabe, una de las especialidades más difíciles de cultivar, pero que para sus en torno a 170 socios, entre socios de pleno derecho y colaboradores, no tiene secretos. “Es cierto que es un tipo de tomate que necesita más mano de obra, pero no resulta muy problemático”, explica Juan Segura Morales, presidente de la cooperativa, quien añade que, de hecho, en esta campaña, “esperamos alcanzar los 17 millones de kilos de cherry”, cifra que los convierte en “uno de los primeros productores a nivel nacional”. El tomate cherry supone en torno al 50% de la producción total de tomate de esta cooperativa y que ronda los 30 millones de kilos. Sin embargo, éste no es el único producto con el que trabajan en Coprohníjar.

“En primavera, hacemos un importante volumen de sandía”, explica Segura Morales, quien especifica que, durante la pasada



■ Juan Segura Morales, presidente de Coprohníjar. /FHALMERIA

campaña, la 2012/2013, llegaron a comercializar unos 15 millones de kilos. En Coprohníjar, comenzaron a cortar las primeras sandías durante la primera quincena del mes de abril, gracias, cómo no, al buen desarrollo de los cultivos. “Los cuajes han sido buenos y no hemos tenido problemas con la plantación”, señala el presidente de la cooperativa; sin embargo, lo que no está tan claro es, cómo no, “el tema de la comercialización, así que habrá que esperar para ver cómo se desarrollan los acontecimientos”. Con respecto a los mercados de destino a los que llega la

“Expolevante supone para nosotros un momento de convivencia con el agricultor”

Una de las empresas nijareñas por excelencia como es Coprohníjar no podía faltar a Expolevante, entre otras cuestiones, porque es “la feria de la zona”, según afirma su presidente, pero sobre todo porque,

al ser una feria enfocada al agricultor, “nos supone un momento de convivencia con nuestros socios”. “En Expolevante recibimos no sólo a nuestros agricultores, sino a todo el que nos quiera visitar”.

producción de esta cooperativa ubicada en San Isidro, en Níjar, su presidente detalla que exportan, prác-

ticamente, a toda la Unión Europea (UE), además de a los países nórdicos, Rusia o la República

Checa. Y es que prácticamente toda su producción se destina a exportación.

BALANCE DE CAMPAÑA

Por otro lado, y con respecto al desarrollo de la campaña actual, el presidente de Coprohníjar afirma que, cuanto menos, está siendo “complicada”. En líneas generales, “ésta no está siendo una buena campaña para el tomate”, lamenta y explica que en ello han tenido que ver tanto la competencia de países terceros como la climatología. “El tomate es, si cabe, uno de los productos que tiene más competencia de países terceros”, explica Segura Morales, quien afirma que, obviamente, esos países “nos hacen bastante daño”. A esa competencia, llegada fundamentalmente del norte de África, el presidente de Coprohníjar añade la climatología, que sobre todo en los meses de enero y febrero “hizo que se resintiera la calidad de los frutos” y esto, cómo no, tuvo su repercusión en los precios del género.

Coprohníjar afronta ya la recta final de la campaña, donde el tomate cederá el testigo a la sandía como principal cultivo de esta cooperativa.



**NUNCA ALGO TAN PEQUEÑO
HA MEREcido UN ESFUERZO TAN GRANDE.**

Cosechar y comercializar frutas y hortalizas de alta calidad significa ser cuidadosos en todo lo que hacemos. Un proceso que va desde la selección de una semilla, su producción integrada, su recolección y comercialización hasta su consumo final. Todo ello exige un respeto y cuidado que requiere un gran esfuerzo de todos nosotros.

En Coprohníjar, esforzarnos por la calidad es algo muy natural. Esta nueva imagen corporativa representa esta forma de pensar.

C/ Olivar, 1 - 04117
San Isidro NIJAR (Almería)
Tel.: 950 36 60 15 / Fax: 950 36 60 13
www.coprohnijar.es

COPROHNÍJAR
Lo natural es lo nuestro.

M^a TERESA GARCÍA ■ ■ ■ PRESIDENTA DEL COLEGIO OFICIAL DE INGENIEROS TÉCNICOS AGRÍCOLAS DE ALMERÍA

“El servicio de nuestro Colegio revierte en la mejora y el avance de la agricultura”

La presidenta del COITAAL actualiza las últimas novedades que relacionan al Colegio de Ingenieros con el sector agrícola almeriense

■ Elena Sánchez

Pregunta.-Este año, el Colegio Oficial de Ingenieros Técnicos Agrícolas asiste a la feria Expolevante, ¿con qué objetivos van y qué esperan encontrar en ella?

Respuesta.-Antes de responder a esta pregunta, quisiera explicar que un Colegio Oficial no es un tipo de asociación, sino una corporación de derecho público cuya existencia está recogida en el articulado de la Constitución Española y con unos fines esenciales, entre los que destaca la ordenación del ejercicio de las profesiones, la representación exclusiva de las mismas y la defensa de los intereses profesionales de los colegiados. La Ingeniería Técnica Agrícola es una profesión colegiada, es decir, que según el artículo 35 del Real Decreto 2772/1978, de 29 de septiembre, que aprueba los Estatutos Generales de los Colegios Oficiales de Ingenieros Técnicos Agrícolas y Peritos Agrícolas de España y de su Consejo General, “es requisito indispensable para el ejercicio de la profesión de Ingenieros Técnicos Agrícolas hallarse incorporado al colegio correspondiente”. La presencia del Colegio Oficial en este evento la hemos de agradecer a la amable invitación del alcalde de Níjar, por lo que nos hemos planteado como objetivo en esta feria mejorar el conocimiento que existe en la actualidad sobre esta entidad y dar a conocer los múltiples servicios que ofrece a los colegiados que, en definitiva, revierten en la mejora y el avance del sector agroalimentario de la provincia y, por tanto, en la sociedad almeriense.

P.-¿Van a llevar a cabo algún tipo de actividad durante la feria?

R.-Sí. Vamos a colaborar en la exposición de cinco charlas durante los días 7, 9 y 10, por las tardes. En ellas se hablará del registro oficial de productores y operadores de medios de defensa fitosanitarios, del asesor en la gestión integrada de plagas, de la obli-



■ María Teresa García, presidenta de COITAAL. /FHALMERIA

gatoriedad del cuaderno de explotación, de las experiencias de gestión integrada de plagas en el uso sostenible de productos fitosanitarios o de las características técnicas exigibles a las mallas de protección de cultivos.

P.-El sector agrícola es uno de los motores de la provincia, desde su punto de vista, ¿cómo ve la agricultura de Almería y qué futuro cree que le depara?

R.-La agricultura de Almería se encuentra, en la actualidad, en la etapa más crucial y decisiva de su historia. Desde el año 2006, en el que, con el apoyo de la Administración andaluza, se comenzó la implantación de la producción integrada, las producciones de esta provincia ofrecen al consumidor un altísimo grado de calidad y seguridad alimentaria. Una vez demostrada así la capacidad del sector de adaptarse y evolucionar ante los continuos cambios, solo queda por demostrar la capacidad de unión para defender esas producciones. El sector tiene claro que el futuro pasa por la concentración de la oferta en origen y hay algunas empresas que, de un modo u otro, están caminando en esa dirección. Si bien es cierto que existen demasiados intereses creados a lo largo de todos estos años, prefiero ser optimista y confiar en el buen hacer de todos los entes implicados para contribuir en la reagrupación de la oferta en el más breve espacio de tiempo posible, disminución de los agentes intermediarios para conseguir mejores precios para

el agricultor que, año tras año, experimentan una reducción de sus beneficios.

P.-Hace poco firmaron un acuerdo de colaboración con ASAJA, COAG y UPA, ¿en qué se basa este acuerdo, qué ventajas va a tener y cómo se va a llevar a cabo?

R.-Este convenio de colaboración nace de la necesidad de acercamiento entre organizaciones, de la misma forma que existe una gran relación entre ingenieros agrícolas y agricultores a pie de campo. El acuerdo contempla facilitar el que todo tipo de trabajos técnicos firmados por un ingeniero agrícola pase un control de calidad, como es el visado profesional, mediante la aplicación de la tasa mínima de visado y la elaboración de modelos en función de las necesidades. El Colegio pone a disposición de las asociaciones y organizaciones de productores y de sus asociados una bolsa de trabajo estructurada por especialidades, formada por ingenieros agrícolas habilitados para el ejercicio profesional. En muchos casos, la información que se hace llegar a los colegiados es la misma que la que necesitan los agricultores, por lo que a través de este convenio se pretende unificar criterios y hacer llegar de forma efectiva las soluciones al campo en circunstancias especiales.

P.-A principios de año se dio a conocer que entraba en vigor la obligación de contar con ingenieros agrícolas en explotaciones agrícolas y almacenes de suministros. En este

sentido, el papel de los ingenieros adquiere una nueva dimensión, ¿no es así?

R.-En realidad, el Real Decreto 1311/2012, de 14 de septiembre, por el que se establece el marco de actuación para conseguir un uso sostenible de productos fitosanitarios establece, entre otras, las siguientes cuestiones: Obligación de la GIP a partir del 1 de enero de 2014, acreditación de la condición de Asesores en GIP mediante la inscripción en la sección ‘asesores’ del Registro Oficial de Productores y Operadores, conforme establece el artículo 44. Según el punto 2 del Anexo II de este Real Decreto, la de Ingeniero Técnico Agrícola es una de las titulaciones habilitantes para optar a la condición de asesor en GIP, y también la obligación del empresario agrario de tener un registro de tratamientos fitosanitarios o Cuaderno de Explotación. Con esta nueva normativa, esta actividad profesional adquiere, efectivamente, una nueva dimensión al quedar acreditada documentalmente. En definitiva, se trata de dar forma y trazabilidad al trabajo que venimos realizando desde hace años, asumiendo la responsabilidad de un trabajo en el que confían los agricultores y empresarios de la provincia.

P.-El Colegio realiza bastantes jornadas informativas, ¿cuáles son las jornadas próximas que están preparando? ¿Cuáles suelen ser los temas principales a tratar?

R.-Actualmente, se está realizando un curso de Sistemas de Información Geográfica, ya que la elaboración de cartografía en formato digital y el manejo de diferentes capas de información es cada vez más demandado tanto por la Administración Pública como por privados. Ante la demanda se están organizando otros cursos de este tipo, de Auditor Interno en GlobalGap y Producción Integrada y de Inglés B1. En el marco del Foro Agrotecnológico del Colegio se organizan charlas periódicas en función de necesidades puntuales del sector. Además, se ha solicitado al IFAPA que organice un curso técnico-especialista para la comercialización de productos hortícolas, el cual está bastante avanzado y se espera que se imparta en pocos meses. Por otro lado, ante los nuevos cambios normativos sobre medios de defensa fitosa-

nitarios, también se está trabajando ya en la organización de unas jornadas informativas.

P.-Actualmente, ¿cuántos colegiados forman parte del COITAAL?

R.-Somos casi 1.300 colegiados y, desde mayo de 2013, en que la Junta de Gobierno así lo decidió, se suspende del pago de la cuota colegial a aquellos que justifican su situación de desempleo, sin afectar a ninguno de los servicios.

P.-Hace unos meses asistieron a unas jornadas sobre el nuevo marco del ingeniero técnico agrícola como asesor de cultivos agrícolas en el siglo XXI. ¿Cuáles deben ser los conocimientos que tiene que tener el ingeniero técnico agrícola sobre el nuevo Real decreto de Uso Sostenible de Fitosanitarios?

R.-Estas jornadas fueron organizadas en septiembre por el Colegio en el marco del convenio con la Fundación Cajamar, con el patrocinio de MUNITEC y la colaboración de AEPLA, la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de Almería, el IFAPA de La Mojonera, el MAGRAMA y SIGFITO. En esta línea, con el Consejo Andaluz de Colegios Oficiales de ITAs y en colaboración con la Junta de Andalucía, se organizaron otras jornadas en octubre con el fin de informar sobre los diferentes ámbitos de la Directiva 2009/128/CE y el grado de desarrollo a nivel nacional y autonómico. A pesar de que la mayoría de las empresas productoras y comercializadoras de Almería tiene implantada una norma de producción como UNE, Producción Integrada de la Junta de Andalucía, Agricultura Ecológica, Global gap, BRC, IFS etc. y, por tanto, ya cumple con las exigencias del RD, se informó de las obligaciones de la nueva norma, de las responsabilidades de los diferentes operadores en el campo de los fitosanitarios y de las nuevas perspectivas profesionales que se presentan. En estas primeras jornadas de septiembre se destacó la creación de la figura del asesor que debería de ser cumplimentada, quizás en una posible modificación del Real Decreto o el Decreto de desarrollo de las Comunidades Autónomas, con la receta fitosanitaria como elemento de seguridad para los agricultores, los consumidores y como elemento que documenta la trazabilidad de la producción y clarifica el mercado de los fitosanitarios evitando el uso indebido y el mercado negro que perjudica a las empresas comercializadoras de fitosanitarios y que puede inducir a errores a nuestros agricultores.

NOVEDADES

Ingro Maquinaria presenta su calibrador electrónico a taza para tomate UNI_ONE Mic 5+1

Está dirigido al pequeño y mediano agricultor. Además, la empresa ofrecerá el resto de productos y servicios que tiene a su disposición

■ Elena Sánchez

Ingro Maquinaria asiste este año a la nueva edición de Expolevante, donde va a presentar su calibrador electrónico a taza para tomate UNI_ONE Mic 5+1, dirigido tanto al pequeño como al mediano agricultor. De hecho, para Juan Pedro Martínez, gerente de la empresa, “Expolevante es un evento que nos permite acercarnos al agricultor y ofrecer nuestros productos y servicios para que ellos puedan ver aumentado el valor de su resultado final en el campo”. Sin duda, formar parte de este tipo de eventos, para empresas como Ingro Maquinaria es una oportunidad de mostrar sus novedades para el campo, que van a contribuir a seguir potenciando su importancia a nivel tanto nacional como internacional.

Ingro Maquinaria es una de las entidades con más años de experiencia en el sector hortofrutícola y que ofrece un amplio abanico



■ Calibrador de tomate. /INGRO MAQUINARIA

de servicios y productos. “Nuestro fin es cumplir con las necesidades del agricultor, por este motivo ofrecemos proyectos y fabricación de maquinaria y tecnología hortofrutícola y para otros sectores, además también tenemos el servicio de reparación, mantenimiento y asistencia inmediata, suministro para la industria auxiliar de la agricultura, asesoramiento integral, taller propio donde hacemos maquinaria a medida, así como también arreglamos aquella que lo necesita”, indica Juan Pedro Martínez, quien también enumera la gran variedad de productos con la que cuentan, como

“bancas de trabajo, cepilladoras, calibradores, elevadores, curvas, mesas de transporte, volcadores, cortinas de aire, etc. destacando nuestras nuevas líneas de lavado y calibrado para cherry d.v. y dispensadores de tarrinas multiformato”.

Por otro lado, a la hora de la fabricación de una máquina, el tipo de material escogido influye bastante a la hora de su contacto con las frutas y hortalizas. En este sentido, Martínez explica que los materiales más utilizados son “el acero, aluminio, plásticos técnicos, etc., pero el que más importancia tiene es el acero inoxidable, ya que todas las partes en contacto con el producto deben estar fabricadas con este material”.

Finalmente, para el gerente de Ingro Maquinaria, el sector hortofrutícola es cada vez más innovador y “la demanda de maquinaria siempre viene de la mano de la innovación y la rápida amortización. Sin duda, el sector de la maquinaria tiene un gran papel dentro de nuestro sector, ya que la fabricación de nuevos aparatos se traduce en ahorro de tiempo y de dinero, lo que te garantiza una serie de beneficios al final de la campaña”.

AGRICULTURA Y ALIMENTACIÓN

Anuncia la convocatoria de ayudas de modernización de explotaciones agrarias

■ E. Sánchez

El secretario general de Agricultura y Alimentación, Jerónimo Pérez Parra, ha anunciado la próxima convocatoria de las líneas de ayudas para la modernización de explotaciones agrarias, para la modernización de regadíos y la transformación y comercialización de productos agrícolas. En la reunión, el presidente del Sindicato de Riegos, Gonzalo Rojas, valoró la marcha de las obras que lleva a cabo la Comunidad de Regantes para la mejora y modernización de los regadíos, unas actuaciones que con una inversión de casi 3,6 millones de euros, mejorarán los sis-

temas de riego de más de 1.200 hectáreas de cultivos, al norte del río Almanzora. Entre otras actuaciones, el proyecto incluye la construcción de una construcción de 3.352 metros de tubería; la instalación de 288 hidrantes y ramales de acceso; la construcción de un edificio para la colocación de bomba; la construcción de un embalse de materiales sueltos, con capacidad para 11.000 metros cúbicos útiles, en el que se almacenarán las aguas procedentes del embalse de Cuevas del Almanzora; así como un sistema de telecontrol del regadío, que contribuirá a optimizar el uso del agua y, por tanto, al ahorro del consumo.



■ Jerónimo Pérez y José Ortiz, con los representantes del Sindicato de Riegos de Cuevas.





Visitenos en



Levante - Nijar

Stand 164 - 165



Fabricación de maquinaria hortofrutícola

950 324 046

www.ingromaquinaria.com

COMPROMETIDOS CON EL CONTROL BIOLÓGICO

Agrobío lanza su nueva colmena 'Inversus' para la polinización de frutales y otros cultivos

Este nuevo sistema permite orientar cada nido hacia su producción, lo que ahorra energía y garantiza una polinización más eficaz

■ CIA

Agrobío acaba de lanzar su nueva colmena 'Inversus' para la polinización de frutales y otros cultivos. El éxito de esta colmena se basa, principalmente, en la innovación que supone el 'Sistema Inversus', que permite orientar cada nido a su cultivo, haciendo que el ahorro energético sea máximo, reduciendo en un 50% la distancia de vuelo, garantizando un mayor número de visitas a las flores y, finalmente, optimizando la polinización.

Su acabado exterior resiste las inclemencias del tiempo y sus aperturas enfrentadas permiten la ventilación cruzada. En su interior, cada nido consta de una reina sana y fuerte con una gran cantidad de huevos, larvas y obreras. Esta combinación consigue en poco tiempo la fecundación óptima de las flores en cultivos y frutales de corta floración, resultando una alternativa eficaz a la problemática escasez de abejas, que está perjudicando a los agricultores.

Tras 4 años de investigación y experiencias en campo, el equipo de técnicos e investigadores de Agrobío, en colaboración con el IRTA de Lleida, ha demostrado la eficacia de esta nueva colmena 'Inversus'. De hecho, durante esta primavera, técnicos e investigadores han demostrado su efectividad en más de 1.000 hectáreas de cultivo al aire libre y, además, han constatado la eficacia de *Bombus terrestris* en cultivos de ciruelos, albaricoques, almendros y cerezos, así como en determinadas variedades de perales y manzanos. Actualmente, se está trabajando para trasladar el éxito obtenido a los cultivos de melón y sandía, en los que esta nueva colmena se está utilizando con grandes resultados como complemento al uso de colmenas de abejas.

Además de esta innovadora colmena para frutales, Agrobío pone



■ Nueva colmena 'Inversus', de Agrobío, en un cultivo de sandía. /AGROBÍO



■ Abejorro de Agrobío polinizando una flor de melón. /AGROBÍO

a disposición de los agricultores su nueva colmena de verano, diseñada para garantizar una ventilación máxima. Esta colmena presenta una mayor altura del cartón exterior y un mayor número de orificios en la zona superior que facilitan la entrada del viento, favoreciendo el enfriamiento pasivo y la ventilación natural. De este modo, se optimiza el control de la humedad y se evitan condensaciones. Junto a esto, se regula la temperatura y el grado de confort térmico en el interior del nido, expulsando al exterior, por di-

ferencias de presión, el aire caliente acumulado.

CONTROL BIOLÓGICO

Por otro lado, y en referencia al control biológico, desde Agrobío insisten en que es necesario llevar a cabo las sueltas de enemigos naturales con antelación. Las sueltas de auxiliares en primavera, tanto en tomate como en pimiento o cucurbitáceas, aseguran una correcta instalación de los enemigos naturales, garantizando un control más efectivo de la mosca blanca en verano



■ *Nesidiocoris tenuis* introducido en un cultivo para el control de plagas. /AGROBÍO

que, en consecuencia, repercutirá positivamente en la campaña de otoño no sólo a nivel productivo, si no que los costes para el agricultor también se verán reducidos, permitiéndole aumentar su rentabilidad.

Las sueltas en primavera ayudan, además, a prevenir otros problemas como la incidencia del nuevo virus Nueva Delhi (ToLCNDV) transmitido por *Bemisia tabaci* (mosca blanca) y que ha ocasionado importantes pérdidas en esta campaña en cultivos como el calabacín. Hasta el momento, las suel-

tas realizadas de *Nesidiocoris tenuis* para controlar *B. tabaci* y *Tuta absoluta* en tomate en esta campaña han superado las cantidades del año pasado y, es más, todo apunta a que serán más los agricultores que den este paso. Para asegurar un mejor control sobre *B. tabaci* y trips, tanto en pimiento como en cucurbitáceas, incluidos el melón y la sandía, es recomendable complementar las sueltas de *N. tenuis* con otros auxiliares depredadores como *Orius laevigatus* o *Amblyseius swirskii*.

YA PIENSAN EN EL FUTURO

El éxito de la feria obliga a plantearse “nuevos retos” para próximas ediciones

Expolevante se ha alzado como el evento agrícola por excelencia en la provincia y, de hecho, este año “ya no cabe ni un alfiler”

■ Isabel Fernández

El éxito cosechado durante la última edición de Expolevante, en 2012, y el previsto para este año hacen que desde la organización del evento ya se estén planteando “nuevos retos”, tal y como apuntó recientemente el alcalde de Níjar, Antonio Jesús Rodríguez. Y es que, cuando aún faltaban tres meses para la celebración de la feria, ya todo el espacio expositor estaba vendiendo y, a dos semanas vista, según insistió el regidor nijareño, “ya no cabe un alfiler”. Así las cosas, y visto que el modelo funciona, no queda más que pensar en el futuro.



■ Ya en la pasada edición, los pasillos tuvieron que ajustarse al máximo para dar cabida a los expositores. /FHALMERIA

Y el futuro de Expolevante pasa por ampliar su espacio expositor. En esta nueva edición, ha habido empresas que, lamentablemente,

se han quedado fuera y, para poder albergar al mayor número posible de ellas, ha habido que optimizar al máximo el espacio, reduciendo

pasillos y demás zonas comunes. Ante este panorama, el alcalde de Níjar ya ha confirmado que, precisamente, una de las primeras cues-

tiones a las que se enfrentan de cara a la próxima edición, que si todo sigue su curso tendrá lugar en 2016, es “darle solución a la gente que se ha quedado fuera”, pero no sólo eso.

“Para el futuro tendremos que seguir haciendo más cosas, tendremos que seguir innovando”, explica el regidor nijareño, quien insiste en la idea de que esa futura renovación debe ir en consonancia con lo que es hoy y quiere seguir siendo Expolevante, “un evento de encuentro y de unión de todos los agricultores del municipio” y que, ya desde esta edición, quiere potenciar las relaciones comerciales. “La nuestra sigue siendo una feria comercial que define su ámbito de actuación en el Campo de Níjar” y, justo en ese ámbito, “tendremos que plantear cosas novedosas para el futuro”. De qué tipo serán esas novedades es algo que aún está por definir, pero que, con toda probabilidad, quedará claro a partir del próximo 10 de mayo, cuando Expolevante 2012 cierre sus puertas y toque hacer balance. La feria parte de un éxito asegurado y habrá que ver hasta dónde llega.

AGROFILM S.A.

TUBOS Y ACCESORIOS GALVANIZADOS

LA GARANTÍA DE SU INVERNADERO

Ctra. N. 340 - P.K. 419 (Paraje San Nicolás)

Apdo. 223 - 04700 EL EJIDO (Almería)

Tel. 950 55 80 48 - Fax: 950 55 80 11 - Móvil: 649 86 25 11

Email: agrofilm.agrofilm@gmail.com

PRIMAVERA

Agroponiente amplía el calendario de la campaña de melón y sandía hasta septiembre

Esta novedad se debe a que, además del cultivo bajo plástico, en esta temporada se producirá también al aire libre

■ Elena Sánchez

Agroponiente ha comenzado su campaña de melón y sandía con la llegada de las primeras partidas de ambos frutos. Una campaña que llega con algunas novedades, como la extensión de las fechas de producción y comercialización desde abril hasta septiembre, ampliando, de esta manera, el calendario, gracias a que, además del cultivo bajo plástico, en esta temporada, se producirá también al aire libre. En este sentido, el director general de Agroponiente, Antonio Escobar, explica que la incorporación de cultivos de melón y sandía al aire libre se debe a “nuestra vocación de responder a las demandas de nuestros clientes y a sus necesidades de ampliar el calendario de producción y, por tanto, nuestra estructura geográfica de producción”.

Como cada año, Agroponiente ha desarrollado un minucioso control del desarrollo de estos cultivos, desde su planificación hasta ahora, que llega el momento de la recolección. Así, el corte será objeto de servicio personalizado y profesional por parte de la entidad que, persiguiendo que todas las fincas corten justo en el momento óptimo de maduración, ofrecerá a los agricultores este servicio.

SANDÍA

En lo que a la sandía se refiere, este año, Agroponiente comercializará la enseña Gold Quality by Agroponiente, así como Delicias en la exportación, a las que acompañarán también Hortni, Poniente y Fashion. En el presente ejercicio, las sandías bajo la marca Gold Quality by Agroponiente y Delicias en la exportación estarán vigiladas por estrictos protocolos de calidad que garantizarán su calidad y su sabor por encima de todo. Un año más, la sandía negra sin pepitas volverá a tener un protagonismo especial, puesto que la campaña pasada se



■ Comercialización de melón Bombón. /FHALMERIA



■ Este año se comercializará la sandía Hortni junto con otras marcas como Poniente o Fashion. /FHALMERIA

fue a más del 60 por ciento de la producción de la empresa.

MELÓN

En cuanto a melón, la firma almeriense apostará por su marca estrella, Bombón de Agroponiente. En

este sentido, dentro del melón piel de sapo, el Bombón Oro volverá a garantizar por encima de los 12 grados brix de sabor y un amplio porcentaje de escriturado en los calibres tres al cinco. Asimismo, hay que destacar el Bombón Plata, con

más de 10,5 grados brix y un amplio porcentaje de escriturado en los calibres tres a seis. Por otro lado, Agroponiente se ha marcado como objetivo para este año extender el sabor del melón Bombón al galia. En cuanto a cifras de producción,

la pasada campaña, la sandía constituyó el 13,6 por ciento del volumen de producción general de Agroponiente, con 28,6 millones de kilos, y el melón un 5 por ciento, con más de once millones.

DESTINO

En cuanto al destino de la producción, la sandía volverá a ir, en su práctica totalidad, fuera de España. El pasado año, Agroponiente exportó el 96 por ciento de su producción de sandía, mientras que, en melón, ese porcentaje fue del 64 por ciento. Alemania es el principal destinatario de esta producción, aunque también llega a países como Reino Unido, Francia, Italia, Polonia, Suiza, Holanda, países nórdicos y escandinavos. Finalmente, y un año más, la empresa comercializadora almeriense mantendrá abiertas sus instalaciones y en marcha todo su proceso comercial tanto durante la primavera como durante todo el verano, garantizando así los servicios a los agricultores y el suministro a los clientes de toda Europa en todos sus productos, incluyendo los de temporada, como pueden ser el melón y la sandía.

Especial PIMIENTO TEMPRANO Y MEDIO

Pimientos
para todos
los gustos



¡Pasión por el pimiento!

CONCENTRACIÓN

Sólo 10 empresas comercializan el 70% del pimiento que se produce en Almería

En la provincia hay, en total, 172 comercializadoras que trabajan con este producto, el segundo en extensión tras el tomate

■ Isabel Fernández

Sólo 10 empresas comercializan el 70% de la producción de pimiento de la provincia, que durante la pasada campaña, la 2012/2013, alcanzó las 541.870 toneladas. Así lo confirman los datos facilitados a fhalmería por la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, que indican que esas 10 comercializadoras son SAT Agroiris, Agroponente, Alhóndiga La Unión, Costa de Almería, Murgiverde, Unica Group, Agrupaajido, Agrupaadra, Femago y Vicasol. A ellas habría que unir, aunque con un menor volumen de producto comercializado, Indasol, San Isidro, Nature Choice, Acrena o Las Hortichuelas. En total, en la provincia, y según los datos de la Administración andaluza, son 172 las empresas que comercializan pimiento, en mayor o menor medida.

Algunas de ellas, como es el caso de SAT Agroiris, son especialistas en este cultivo, mientras que otras lo tienen como un complemento importante tras otro cultivo; por ejemplo, Alhóndiga La Unión es especialista en pepino, aunque anualmente maneja un importante volumen de pimiento. En el caso de otras, como Agrupaadra, son referencia en pimiento, pero no en tipo California, como cabría esperar, sino en lamuyo.

Este grado de especialización en pimiento no es nada extraño, sobre todo si se tiene en cuenta que éste es el segundo cultivo en extensión por detrás del tomate, además del segundo en volumen de producción y exportaciones. Con respecto al primer aspecto, durante la pasada campaña, la 2012/2013, en la provincia se cultivaron casi 8.500 hectáreas de pimiento, en las que se produjeron más de 540.000 toneladas, que alcanzaron un valor final comercializado superior a los 523 millones de euros, de los que 393 llegaron a manos del agricultor.

La importancia de la producción



■ SAT Agroiris, entre las grandes comercializadoras de pimiento de la provincia. /FHALMERIA



■ En total, en Almería, 172 comercializadoras trabajan con este producto. /FHALMERIA

de pimiento almeriense es tal que, de hecho, en los meses más fríos, cuando apenas nadie cultiva esta hortaliza, Almería alcanza una cuota de mercado en Europa cercana al 90%. En estos mismos meses, la mayor parte de la producción almeriense se destina, además de al mercado nacional, a países como Francia, Alemania, Reino Unido y Holanda. Y es que, aunque hay empresas que envían este producto, incluso, al otro lado del Atlántico, como es el caso de SAT Agroiris, que exporta a Estados Unidos y Canadá, la mayoría

El Poniente almeriense, zona de referencia para los 'pimenteros' de la provincia

Prácticamente todas esas grandes comercializadoras de pimiento tienen su 'base de operaciones' en el Poniente almeriense. Y es que, sin lugar a dudas, los municipios comprendidos entre Adra y Roquetas de Mar son los más 'pimenteros' de la

provincia. En esta zona se concentra casi toda la producción de esta hortaliza, al igual que el tomate es algo concentrado en la comarca de Níjar. Los agricultores del Poniente, al igual que las empresas de la zona, son especialistas en este cultivo.

comercializa su género dentro de la Europa comunitaria.

Y es que los mercados exteriores tienen, sin lugar a dudas, una gran importancia para el pimiento almeriense y, cómo no, para esas grandes comercializadoras que destinan la mayor parte de su producción a exportación. Sin ir más lejos, durante la pasada campaña, según los datos recogidos en el 'Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería. Campaña 2012/2013', elaborado por el Servicio de Estudios de la Fundación Cajamar Caja Rural, las exportaciones de esta hortaliza ascendieron a 359.585 toneladas, el 66,4% del total de pimiento producido en la provincia. Esa cifra supuso apenas un 0,1% más en volumen en el ejercicio precedente; sin embargo, y en lo que a su facturación se refiere, ésta creció un 10,6% en relación al año anterior, hasta alcanzar los 466,4 millones de euros.

Todos estos datos corroboran la importancia que tiene el pimiento para la provincia de Almería, un producto que, a todas luces, es, junto con el tomate, uno de sus grandes reclamos.

NOVEDADES PARA LA PRÓXIMA CAMPAÑA

Iberia Seeds lanza un nuevo California rojo y dos amarillos productivos y con un calibre muy comercial

Okinawa y Fujiyama, en amarillo, y Marianka, en rojo, abarcan un ciclo de cultivo que va desde principios de julio a agosto

■ CIA

Iberia Seeds acaba de presentar tres nuevas variedades de pimiento California para la próxima campaña, dos amarillos, Okinawa y Fujiyama, y un rojo, Marianka, que se caracterizan, en general, por contar con una buena producción, un fruto muy homogéneo durante todo el ciclo y un calibre adaptado a las exigencias de los distintos mercados.

Okinawa es un California amarillo indicado para planta-

ciones de los primeros días de julio hasta el día 25 de ese mismo mes. Destaca por ser una planta abierta, de hojas grandes y oscuras, además de por ofrecer un fruto muy homogéneo, de un calibre GG y con un atractivo color amarillo. Asimismo, su planta es vigorosa y cuenta con una buena producción durante todo el ciclo, lo que lo convierte en una variedad muy productiva.

Fujiyama es, por su parte, una variedad de California amarillo indicada para plantaciones algo más tardías que Okinawa, que van desde mediados de julio hasta los primeros días de agosto. Fujiyama destaca por su extraordinaria homogeneidad de fruto durante todo el ciclo, con un alto predominio de frutos de calibre G; precisamente por ello,



■ El calibre G de Fujiyama lo convierte en una variedad muy apreciada por las comercializadoras para el flow pack. //FHALMERIA

es un pimiento muy apreciado por las comercializadoras, ya que tiene el tamaño adecuado para su uso en flow pack.

MARIANKA, LA NOVEDAD

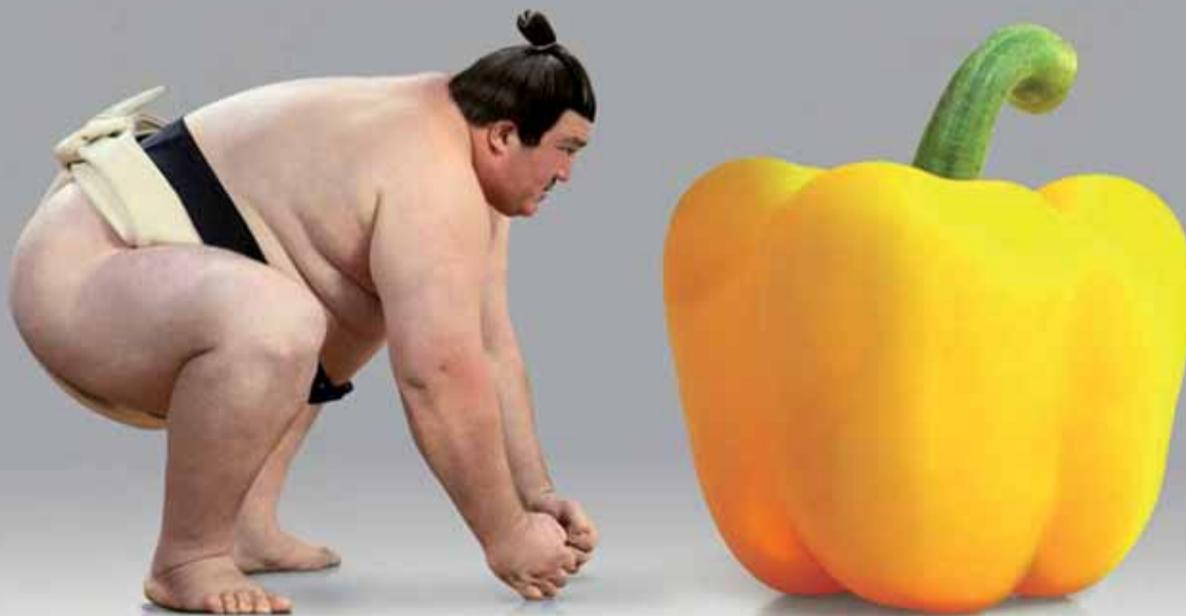
Por último, Marianka es la novedad de Iberia Seeds en pimiento California rojo para la próxima campaña. Marianka está recomendado para siembras desde los primeros días de julio hasta finales de ese mismo mes. Se caracteriza por tener una planta abierta y despejada y por hacer buenos cuajes con altas temperaturas.

Con respecto a su fruto, tiene un color rojo intenso y un calibre G GG.

Por último, Marianka cuenta con una buena producción y mantiene su calidad de fruto durante todo el ciclo.

*Los pimientos california que dan
Gran producción, uniformidad y buen color*

No tienen rival



Fujiyama 🍆

Buena calidad y tamaño G hasta arriba de la planta.

Okinawa 🍆

Muy productivo tamaño GG-G

Marianka 🍆

Fruto homogéneo y color intenso, GG-G



Almería: 650 468 188 • fsabio@iberiaseeds.com
Murcia: 620 951 130 • jsoto@iberiaseeds.com

DIAMOND SEEDS

Kappone F1 y Belmonte F1, un dulce italiano y un lamuyo rojo de elevada producción

La casa de semillas amplía, así, su catálogo de pimiento, después de las excelentes campañas que está dando el California Kiram F1

■ CIA

Diamond Seeds está ampliando toda la gama de pimientos y, en particular para esta campaña, la oferta se hace mayor con un nuevo pimiento tipo italiano, Kappone F1, y un nuevo pimiento tipo lamuyo, Belmonte F1. En este sentido, desde la casa de semillas explican que en la tipología dulce italiano destaca la variedad Kappone F1, que se caracteriza por su elevada producción, el color verde oscuro brillante de los frutos, su piel lisa y su buen nivel de resistencias a (HR) L4 tomabovirus (Tm 0-3), Virus Y de la patata PYV y (IR) a Spotted TSWV.

Por otro lado, dentro de la tipología lamuyo, esta campaña Diamond Seeds realiza el lanzamiento de Belmonte F1, un pimiento lamuyo rojo de gran peso y calibre, recomendado para siembras tempranas y que destaca por su elevada producción, excelente calidad y consistencia, así como también muestra resistencia a PMMV (L4) y a TSWV (Spotted). Asimismo, los diferentes ensayos realizados en los últimos años demuestran que es un pimiento que satisface las necesidades del mercado actual.

A parte de toda la tipología clásica de pimientos, Diamond Seeds está desarrollando unas nuevas líneas de pimientos de alto valor comercial en mercados europeos, que hoy en día buscan productos que salgan un poco de la normalidad tanto en forma, tamaño, color y algo que se exige hoy en el mercado, el sabor. En la línea del sabor ya han demostrado, con las dos campañas anteriores, que los pimientos minicónicos de Diamond Seeds gustan y destacan, aparte del sabor, por su color. Por ejemplo, Acadya F1 (amarillo), Ashdodna F1 (rojo) y Orangadya F1 (naranja) son ideales para mercado de exportación y nacional. De hecho, una de las principales características es que todas estas nuevas variedades han



■ Kappone F1 se caracteriza por su elevada producción y color verde oscuro.

sido desarrolladas y seleccionadas en la zona de Almería, por lo cual están bien adaptadas para ser cultivadas en el Poniente de la provincia.

CALIFORNIA LÍDER

Por otro lado, dentro del catálogo de pimiento California, Diamond Seeds destaca Kiram F1, fruto del programa de investigación que, desde hace más de una década, Diamond Seeds desarrolla para dar respuesta a las altas exigencias del mercado en el Poniente Almeriense. Y es que, esta variedad presenta una gran uniformidad de frutos cuadrados de cuatro cascós, muy concentrados en G-GG y de pared muy gruesa. Kiram F1 destaca también por su color, que pasa de un verde brillante a un rojo intenso y uniforme en la maduración. Otra de las características que "sin duda ha contribuido a su constatado éxito entre los agricultores" es el bajo nivel de destrío y el excelente comportamiento frente al cracking, stip y silvering (plateado) para la recolección en verde.

Por lo que a resistencias se refiere, Kiram F1 es resistente a HR: virus del moteado del pimiento PMMoV (L4) y al virus Y de la pa-

tata PYV e IR al virus del bronceado, Spotted, TSWV.

Desde Diamond Seeds aconsejan esta variedad para plantaciones tempranas en Almería, por su excelente cuaje en altas temperaturas. Las fechas de trasplante óptimas para la zona de Berja y Dalías se comprenden entre el 10 de junio y el 10 de julio, mientras que para la zona de Las Norias-El Ejido y Adra, el trasplante es aconsejado entre el 10 de julio y 5 de agosto.

FIRME APUESTA

Finalmente, cabe destacar que Diamond Seeds hace una firme apuesta por Kiram F1 esta campaña. Los altos niveles de productividad y los buenos resultados en campo han consolidado a este producto como una variedad líder de pimiento California para verde y rojo del mercado almeriense. Y es que, desde que en 2009 se empezara su introducción en el mercado, los éxitos de esta variedad han sido continuados. "Los productores que han apostado por Kiram F1 no dudan en afirmar que repetirán en las próximas campañas, impulsados por los excelentes resultados de producción obtenidos".



■ Belmonte F1 es un lamuyo rojo de gran peso y calibre.



■ Kiram F1 tiene un bajo nivel de destrío, éxito constatado entre agricultores.



■ Pimiento minicónico amarillo Acadya F1.

EJERCICIO 2012/2013

La superficie cultivada alcanzó las 8.461 hectáreas la pasada campaña

Se trata de un aumento espectacular en comparación con el ejercicio 2011/2012, cuando se registraron 7.388 hectáreas

■ Elena Sánchez

El pimiento es, sin duda, el producto más importante del Poniente almeriense y el segundo más característico de la provincia, en general. De hecho, los datos recopilados por la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía lo corroboran, ya que la campaña 2012/2013 se cerró con un total de 8.461 hectáreas de superficie cultivada de pimiento, es decir, 1.073 más que el ejercicio agrícola 2011/2012, cuando se totalizaron 7.388 hectáreas. Gracias a estos datos, se puede indicar que el pimiento ha mantenido la tendencia ascendente de las dos últimas campañas, recuperando una superficie parecida a la que tuvo en el período 2006-2007. Uno de los principales motivos que llevaron a que este incremento de la superficie se produjera en la provincia fueron los buenos precios obtenidos en el ejercicio agrícola 2011/2012, que permitieron a los agricultores cerrar la campaña de manera considerable, así como también convencieron a otros tantos de que la nueva campaña estuviera pro-

tagonizada por la mayor presencia de pimiento en Almería.

Este incremento importante de la superficie conllevó, como no podía ser de otra manera, un aumento del volumen de producción. Concretamente, la pasada campaña se produjeron 541.870 toneladas de pimiento en la provincia almeriense, es decir, 28.925 más que el ejercicio precedente.

Sin duda, estos buenos datos tanto de superficie como de producción no solo se han visto reflejados gracias a los buenos precios registrados el año anterior, sino también a la continua demanda tanto de los mercados como de los consumidores, que han apostado fuerte estos últimos años por la hortaliza de Almería.

CUOTA DE MERCADO

Otro aspecto positivo obtenido durante la pasada campaña en pimiento fue el hecho de que la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural ofreciera datos que invitaban a que los ánimos se mantuvieran arriba y a que los agricultores siguieran apostando por su cultivo. Y es que, entre septiembre de 2012 y junio de 2013, el pimiento contó con una cuota de mercado del 18,5 por ciento, es decir, es el segundo producto, por detrás del tomate, que más ventas realiza al exterior. Sin duda, estos datos reflejaron en su momento, y aún hoy en día, el reconocimiento de la calidad y la seguridad que el pimiento demuestra cada campaña.

En cuanto al presente ejercicio se refiere, las primeras estimaciones decían que el pimiento iba a ser uno de los pocos productos que este año incrementarían su superficie en el campo almeriense, previendo que este aumento sea apenas del 5 por ciento con respecto a la campaña anterior.



■ Pimiento California rojo. /FHALMERÍA



■ Cultivo de pimiento California amarillo. /FHALMERÍA

DIAMOND SEEDS®
The art of sowing

L4-TSWW
“ Gran Calibre en Temprano ”

PIMIENTO BELMONTE F1

www.diamondseeds.com

Camí de Valencia S/N
08.820 El Prat de Llobregat (Barcelona)
Tel. +34 93 370 9669 - Fax. +34 93 3795761
diamondseeds@diamondseeds.com

A LA VANGUARDIA

Ramiro Arnedo perfecciona su catálogo de italianos y California con grandes novedades

La casa de semillas española ha logrado cerrar el ciclo de los italianos y oferta tipos California tan especiales como Graciano F1 o Verdejo F1

■ Rafa Villegas

Ramiro Arnedo, casa de semillas española, cuenta con un completo catálogo de pimientos de los tipos italiano y California, todos de la mejor calidad, productivos y con las resistencias necesarias.

En pimientos California, cabe destacar tres importantes variedades, como son Mencía F1, Airen F1 y Verdejo F1, sin olvidar a Graciano F1, un producto muy especial.

Graciano F1 es un California indicado para cosecharlo en verde, que presenta una calidad y una productividad realmente excelentes. Su fruto es de forma cuadrada, con paredes lisas; es consistente, de calibre grande, con un peso medio de 230 gramos. Esta variedad "se maneja en la zona temprana y extratemprana, y permite un rendimiento altísimo", como explicó Henry Smienk, responsable de Marketing de Ramiro Arnedo.

Respecto a las novedades en California, en rojo ofertan Mencía F1, una variedad con planta de entrenudos cortos y de crecimiento lento, cuyo fruto destaca por su intenso color y su alto porcentaje de frutos de cuatro lóculos. Se trata de un pimiento indicado, especialmente, para trasplantes medios.

En California amarillo, resaltan Airen F1 y Verdejo F1. El primero es una variedad para trasplantes medios, con planta de vigor medio y porte abierto. Su fruto es cuadrado, con una forma muy estética, con entre tres y cuatro lóculos, una gran uniformidad, consistencia y buen color. En cuanto a Verdejo F1, es una variedad ideal para los agricultores que busquen frutos consistentes, de calibre G. La Planta de Verdejo F1 es de porte semiabierto, con buena cobertura y buen comportamiento con altas temperaturas. Está indicado para un ciclo medio-tardío, presenta un color amarillo medio y su fruto es



■ Espectacular cultivo de Verdejo F1, de la casa de semillas española Ramiro Arnedo. /FHALMERIA

excelente, tanto por su aspecto como por su calibre, para la exportación.

ITALIANOS

Ramiro Arnedo ha logrado cerrar, por completo, el ciclo de los italianos, ofreciendo la más alta calidad tanto para los trasplantes tempranos como para los medios y los más tardíos.

Los agricultores ya conocen variedades tan asentadas de italianos de Ramiro Arnedo como son Vegas F1, Rigoletto F1 y Coliseo F1, mientras que, como novedades, ofertan Vinci F1 y Brindisi F1.

Vegas F1 es un auténtico todo terreno, una variedad productiva y con excelente rebrote que no deja indiferente a nadie. Su planta es vigorosa, con buen cuaje en siembras tempranas y proporciona frutos oscuros, acabados en morros, de 23 a 27 centímetros de longitud, bastante rectos y lisos. Se recomienda su trasplante desde la segunda semana de julio hasta finales de agosto y de primeros de diciembre a finales de febrero.

Rigoletto F1, por su parte, presenta una planta de vigor medio y crecimiento lento, de fácil cuaje en las primeras cruces y que proporciona un fruto de entre 22 y 27



■ Pimientos italianos de la casa de semillas española Ramiro Arnedo. /FHALMERIA

centímetros, con la pared fina y la superficie rugosa y brillante. Sus frutos son oscuros y también acaban en morros. Ramiro Arnedo aconseja su trasplante de principios de agosto a mediados de septiembre, así como de finales de noviembre a finales de febrero.

Respecto a Coliseo F1, Smienk lo tiene muy claro, "con esta variedad se tiene la certeza de que se va a vender a los primeros precios en las subastas porque es un pimiento de primera calidad". Su fru-

to, de pared fina, mide entre 22 y 26 centímetros de longitud, presenta una superficie rugosa, con brillo, y un color verde oscuro. Se recomienda trasplantarlo de la segunda semana de agosto a finales de septiembre y de la segunda mitad de noviembre hasta principios de febrero. Todo ello con una planta de vigor medio-alto, con buen cuaje en todos los entrenudos de la misma.

Vinci F1, que empezó a ofertarse la pasada campaña, resalta por

su excelente fruto, de 20 a 25 centímetros, recto, de pared fina, de color oscuro y superficie rugosa y brillante. Es ideal para trasplantes de mediados de agosto a finales de septiembre.

La otra novedad, Brindisi F1, es un italiano con doble aptitud, verde y rojo, con frutos de entre 22 y 25 centímetros, terminados en punta y con pared lisa. Es muy productivo y es para trasplantes de finales de septiembre a la segunda mitad de noviembre.

LÍMITES MÁXIMOS DE RESIDUOS

Turquía lidera los envíos de partidas de pimiento a la UE que superan los LMR

Los productores turcos siguen ostentando el dudoso honor de ser los agricultores que más incumplen la legislación en materia fitosanitaria de los países de la Unión Europea en pimiento. La mayor parte de las partidas entra a Europa por Bulgaria

■ Rafa Villegas

Los productores de pimiento turco, lejos de mejorar, siguen siendo los que registran el mayor número de incumplimientos de los límites máximos de residuos (LMR) de la Unión Europea (UE).

Rara es la semana en la que, cuanto menos, no se registre un caso de incumplimientos de los LMR por parte de productores de pimiento turcos. Sin ir más lejos, el pasado 2 de mayo, Bulgaria se vio obligada a destruir una partida de esta hortaliza, procedente de Turquía, al contener 0,057 miligramos por kilogramo muestreado de malatión, un insecticida y acaricida muy conocido del que sólo se permite un máximo de 0,02 miligramos por kilo.

Así, en esta ocasión, el pimiento casi triplicaba los límites máximos de residuos permitidos, según los datos publicados por el Servicio de Alerta Rápida de Alimentos (RASSF, por sus siglas en inglés).

Han sido ya demasiadas las veces que la RASSF ha hecho públicas notificaciones de incumplimientos en materia fitosanitaria en pimiento procedente de Turquía. Por hacer un repaso, en plena Semana Santa, el pasado mes de abril, Bul-



■ El pimiento español no ha registrado ningún incumplimiento de los LMR en los últimos años. /FHALMERIA

garia se vio obligada a bloquear en la frontera una partida de pimiento turco por contener 2,55 veces más carbendazima de la permitida.

No obstante, los meses de este año 2014 en los que se registraron los incumplimientos más graves fueron febrero y marzo. Así, en marzo se destruyeron tres partidas, una por contener el doble de malatión del permitido y otras dos por contener niveles exagerados de materias activas como el clofentezime, del que

Bulgaria apuesta por el cumplimiento de los LMR por parte de los productos turcos

Bulgaria, país principal de entrada al resto de la Unión Europea de la mayor parte de las partidas de pimiento procedentes de Turquía, es, sin lugar a dudas, el 'azote' de este país euroasiático. Y

es que, rara es la semana que no comuniquen al Sistema de Alerta Rápida de Alimentos (RASSF, por sus siglas en inglés) el incumplimiento de los LMR en pimiento turco.

se superaron los límites máximos de residuos 21 veces, así como de formetanate, materia que contenía 18 veces por encima de lo permitido.

Febrero de 2014 también fue un mes con incumplimientos de la legislación fitosanitaria europea muy graves por parte de productores de pimiento de Turquía. Así, concretamente, en uno de los análisis registrados por las autoridades búlgaras competentes en la materia se detectó una cantidad de formetanate 20 veces superior a la permitida, mientras que otra partida, días después, se destruyó por completo para evitar que los consumidores compraran una partida de pimiento que contenía 23 veces más de la misma materia activa.

En el mes de enero del presente año 2014 también se produjeron casos de incumplimientos de los LMR por parte de productores de pimiento del país euroasiático. Así, por ejemplo, en el primer mes del año, el Sistema de Alerta Rápida de Alimentos notificó la destrucción de una partida de pimiento procedente de Turquía que había llegado a Bulgaria conteniendo cuatro veces más formetanate del permitido.

El formetanate es uno de los insecticidas y acaricidas más utilizados, como se ha podido observar, por parte de los productores de hortalizas del país turco.

PIMIENTO 
VERDEJO F1



RAMIRO  ARNEDO
semillas



■ Acorde RZ, pimiento California que es muy resistente al cracking y al star cracking. /FHALMERIA

El ciclo largo en pimiento ofrece más producción y rentabilidad al agricultor

El objetivo es tener producción durante toda la campaña y evitar hacer dos ciclos, algo más costoso para el agricultor

■ Elena Sánchez

El sector agrícola almeriense está en continuo cambio con el fin de lograr mejores resultados al final de cada campaña, así como evitar coincidir con las producciones de otros mercados competidores que lo único que hacen es abaratar el producto de la provincia. Por este motivo, cada vez son más los agricultores que se decantan por un ciclo largo en pimiento, es decir, siembras tempranas y medias que llegan a tardío, una decisión que, normalmente, es más rentable para el agricultor, “ya que evita hacer dos



■ Souleria RZ destaca por su excelente cuaje y consistencia de fruto. /FHALMERIA

ciclos a lo largo del ejercicio agrícola, además de que, así, tiene producción durante todo el año y de forma más continuada”, argumenta Jesús Villalobos, técnico de Cabasc.

Los trasplantes de cultivo en este tipo de ciclo se llevan a cabo, en su mayoría, a primeros de julio, aunque hay agricultores que se van algo más tarde, y las primeras producciones se obtienen en el mes de octubre. Eso sí, el ciclo puede terminar, perfectamente, en el mes de abril y con frutos de calidad y buen calibre incluso en la parte alta de la planta.

Entre las ventajas más destacadas del ciclo largo para el agricultor está que ofrece, con la misma plantación, producto al mercado durante más meses, además de que, sin duda, es un ciclo más productivo, más rentable por metro cuadrado y, al producir durante más me-

OTRAS ALTERNATIVAS



■ Acorde RZ está recomendado para trasplantes de principios a finales de julio, en invernadero. /FHALMERIA

ses, se consigue fruta para lograr los mejores precios de las subastas. De hecho, al respecto, Manuel Arévalo, director comercial de Nature Choice, explica que “el hecho de que un agricultor haga ciclo largo hace que no vaya desencaminado en una campaña, ya que toma la decisión pensando en no producir en el mes de noviembre, que es cuando estamos en competencia con otros países y, por lo general, los precios suelen ser más bajos”. Igualmente, gracias a este tipo de ciclos, el mercado puede contar con pimiento de Almería durante todo el año, “una ventaja comercial que hace que el cliente sepa que aquí siempre va a poder contar con género, ya que ampliamos nuestro calendario y se alarga la venta”, explica Antonio Ruiz, comercial de Murgiverde.

VARIETADES

En los últimos años están saliendo variedades que permiten al agricultor hacer un ciclo largo y mantener un mejor equilibrio en la producción, así como también están llevando a Almería a ser un mercado consolidado en pimiento, otorgándole una fortaleza extra y la importancia que siempre ha tenido y que está logrando mantener. En este sentido, variedades como Souleria RZ o Acorde RZ, pimientos tipo California de la casa de semillas Rijk Zwaan, están teniendo grandes resultados en el campo, a la vez que están dando confianza a más de un productor. Entre las características de Souleria RZ destaca su excelente cuaje y consistencia del fruto, así como su productividad, ma-

yor que otras variedades, ya que permite coger más piezas por planta. Es un fruto de cuatro cascós muy homogéneo, con un destacado color tanto en verde como en rojo. Souleria RZ se porta muy bien ante la ceniza y el cracking y apenas deja destrío. Asimismo, es un pimiento tipo California de maduración en rojo, de gran calidad de fruto, para trasplantes de principios hasta el 20 de julio, en invernadero. Se trata de frutos de peso entre 180 y 260 gramos, principalmente, ideal para su exportación.

Por su parte, Acorde RZ es otro pimiento California para maduración en rojo que destaca por la gran calidad de fruto. Está recomendado para trasplantes de principios a finales de julio, en invernadero. Acorde RZ ofrece un fruto algo más pesado que Souleria RZ, ya que tiene un peso entre 200 y 260 gramos, principalmente. Se trata

de una planta de porte abierto que no necesita destalle, ofreciendo un fruto de cuatro cascós muy homogéneo y muy consistente, bien desarrollado en los meses de invierno. Acorde RZ es un pimiento que no ablanda con el calor, algo muy importante para una siembra temprana, y es fuerte frente a las bajas temperaturas, ya que aguanta muy bien. Tiene alta productividad durante todo el ciclo de producción y es muy resistente al cracking y al star cracking. Este tipo de variedades demuestran que las empresas siguen trabajando y apostando por facilitar el trabajo del agricultor, así como hacerlo más rentable, sin dejar de lado el aspecto comercializador, posicionando a Almería como el principal productor de pimiento California, que está a disposición de sus clientes durante, prácticamente, todo el año.

Una sola plantación permite cubrir todos los ciclos y lograr una campaña uniforme

El ciclo largo supone grandes ventajas para el agricultor, ya que ofrece la posibilidad de cubrir todos los ciclos de una campaña en una sola plantación. Esto, sin duda, se traduce en que el productor va a poder contar con una campaña más uniforme y equilibrada, ya que todas las semanas va a tener la posibilidad de recolectar fruto y no se le va

a juntar una gran cantidad de género en una sola época del año. Además, este tipo de ciclo es más rentable, no solo porque se evita la realización de dos ciclos cortos, sino porque los costes de producción y la mano de obra son menores y eso hace que, al final de campaña, las cifras no sean tan disparatadas para el agricultor.



■ Acorde RZ cuaja muy bien tanto en bajas como en altas temperaturas. /FHALMERIA



■ Souleria RZ es un fruto de calibre G, ideal para los mercados. /FHALMERIA



■ El California de Rijk Zwaan Souleria RZ es un fruto muy homogéneo. /FHALMERIA

'REVOLUCIÓN VERDE'



■ Cultivo de pimiento con lucha integrada. /FHALMERIA

Las exportaciones de pimiento crecen al ritmo de la lucha integrada en este cultivo

■ Isabel Fernández

Las exportaciones de pimiento de la provincia han crecido sin cesar desde la campaña 2007/2008, según ponen de manifiesto los sucesivos 'Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería', elaborados por el Servicio de Estudios de la Fundación Cajamar Caja Rural. De hecho, en el primero de los ejercicios analizados, en 2007/2008, las ventas al exterior de pimiento de Almería ascendieron a 287.869 toneladas, mientras que la última campaña, la 2012/2013, concluyó con un volumen de producto comercializado en el exterior cercano a las 360.000 toneladas, en concreto, 359.585 toneladas. Entre una

Desde el inicio de la llamada 'Revolución verde', en la campaña agrícola 2007/2008, las ventas al exterior de este producto no han dejado de crecer, fruto de la recuperación de la confianza de los clientes, gracias a la implantación del control biológico

y otra campaña hay una diferencia del 25% en el volumen exportado, una cifra que ha ido aumentando de forma paulatina, sin un solo retroceso en las cinco campañas transcurridas en este tiempo. La clave, en gran medida, se encuentra en la implantación y ya casi arraigo de la lucha integrada en los cultivos de pimiento de la provincia.

LOS INICIOS

Los lamentables hechos de diciembre de 2006, con la detección de residuos de Isofenfos metil en partidas de pimiento de la provincia, marcaron un antes y un des-

pués en el devenir del pimiento, uno de los principales cultivos de Almería, junto con el tomate. Desde la campaña siguiente, la 2007/2008, los agricultores de pimiento apostaron de forma decidida por la lucha integrada como método para combatir las plagas y, desde entonces, la superficie cultivada con este método que garantiza una mayor seguridad alimentaria no ha hecho más que crecer. En aquel primer año de la denominada 'Revolución verde', la superficie de pimiento con lucha integrada sumó 4.066 hectáreas, la mitad de la superficie cultivada en esta campaña y que, se-

gún los datos facilitados por la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, asciende a 8.490 hectáreas, el 99,4% del total de la superficie de pimiento cultivada y que es de 8.537 hectáreas.

La implantación de la lucha integrada en la práctica totalidad de la superficie de pimiento de la provincia ha traído consigo, tal y como se puso de manifiesto en el seminario técnico 'Nuevas perspectivas del control biológico en invernadero', organizado por Cajamar Caja Rural, un aumento considerable de las exportaciones, gracias a la recuperación de la confianza de los mercados, que quedó fuertemente dañada tras los hechos de 2006. Pero no sólo eso. La seguridad alimentaria es mucho mayor y, de hecho, actualmente, el porcentaje de muestras que aparecen libres de residuos aumenta campaña tras campaña, mientras que, a su vez, se ha reducido el número de materias activas detectadas.

La aplicación de la lucha integrada y la garantía de seguridad alimentaria que trae implícita se han convertido en la mejor carta de presentación de la agricultura de Almería.

La campaña 2011-2012, en la que más aumentaron las exportaciones

Si bien es cierto que desde la campaña 2007/2008 a la pasada las exportaciones de pimiento de la provincia no hicieron más que crecer, también lo es que fue la campaña 2011/2012 la que experimentó un mayor incremento de esas ventas en los mercados foráneos; de este modo, se pasó de las 311.367 toneladas del ejercicio 2010/2011 a las 359.368 de justo un año después. A partir de ahí, y al menos hasta el momento, las exportaciones de pimiento de la provincia parecen haber tocado techo; tanto es así que, en el último ejercicio analizado, y según los datos del 'Análisis de la Campaña Hortofrutícola de Almería', de Cajamar Caja Rural, las ventas al exterior sumaron 359.585 toneladas, apenas un 0,1% más que en el ejercicio 2011/2012.

La superficie con control biológico crece un 8,1% en esta campaña

La superficie de pimiento cultivada con control biológico ha crecido un 8,1% en esta campaña, hasta sumar 8.490 hectáreas frente a las 7.850 de la campaña pasada, según se desprende del análisis de los datos facilitados por la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente. Esta cifra supera, incluso, las previ-

siones iniciales de la Administración andaluza y que apuntaban a una superficie de 8.100 hectáreas. Con estos números, ya prácticamente toda la superficie de pimiento que se cultiva en la provincia se hace con control biológico. A ello ha contribuido, entre otras cuestiones, el éxito alcanzado por el método a la hora de combatir las

plagas más importantes que afectan a este cultivo, como puede ser el trip.

La implantación de la lucha integrada, no sólo en pimiento, sino en el resto de cultivos, ha permitido, además, mejorar la situación de los agricultores en el trabajo, ya que ahora se ven expuestos a menos productos químicos y los pocos que se usan son de bajo impacto. Asimismo, ha hecho posible reducir las resistencias en determinadas plagas.

NOVEDADES

Meridiem Seeds apuesta por Alvarado y Tolteca, dos California amarillos excelentes

■ Rafa Villegas

La casa de semillas española amplía su gama de pimientos California con dos referencias que destacan por su gran productividad, facilidad de manejo, calibre comercial (G-GG), su llamativo color amarillo limón y resistencias a L4 y Spotted

Meridiem Seeds amplía su gama de pimientos y lo hace con dos variedades de California amarillo muy completas. Se trata de Tolteca y Alvarado, que se caracterizan, principalmente, por su facilidad de manejo, su color amarillo limón, su elevada productividad y por su calibre, entre G y GG, que los hace ideales para la exportación. Todo ello con las resistencias necesarias (L4 y spotted).

Respecto a Tolteca, se trata de una variedad indicada para trasplantes de junio a, como máximo, el día 10 de julio. Es un pimiento temprano que, como tal, cuaja con calor, presenta un porte abierto, no necesita poda, tiene una buena cobertura foliar, tan necesaria para esas fechas de trasplante, y cuaja en todos los entrenudos ofreciendo una producción espectacular. Su calibre es ideal para la exportación (G-GG), incluso en la parte de arriba, donde mantiene el tamaño.

De Tolteca llama mucho la atención su color amarillo limón que, como ha explicado María Luisa García, técnico de Desarrollo de Meridiem Seeds, "no anaranjea". Es un pimiento que cuaja con facilidad, tiene un entrenudo medio, no se lanza, se regula sin ningún tipo de complicación y sigue su crecimiento vegetativo ofreciendo un alto rendimiento por metro cuadra-



■ Cultivo del California amarillo Tolteca, de Meridiem Seeds. /FHALMERIA

do. Todo ello con una muy buena conservación poscosecha.

Alvarado, por otra parte, es un California amarillo más tardío que Tolteca, de ciclo medio. Su fecha de trasplante ideal es en el mes de julio, a lo sumo hasta el 5 de agosto. Es un pimiento que presenta características muy similares a Tolteca. Es una variedad muy regulada, de muy fácil cuaje, con una muy buena formación de fruto. María Lui-

sa García ha asegurado que "es un pimiento perfecto", tanto de color como de forma, lo que lo va a hacer muy comercial. Al igual que Tolteca, la planta de Alvarado presenta un porte muy abierto, no necesita poda, es de muy fácil manejo y se puede recolectar muy bien con pedúnculo. Otro aspecto destacable de Alvarado es, sin lugar a dudas, su aguante y buena conservación poscosecha, a lo que se suma



■ Cultivo de Alvarado, donde se aprecia su espectacular color. /FHALMERIA

que no anaranjea, un aspecto muy apreciado por la comercialización.

Miguel García, director de Marketing de la empresa, ha asegurado que "normalmente los pimientos California amarillos se asocian con menos aguante que los rojos, sin embargo, con variedades como Tolteca y Alvarado se está demostrando que no tiene por qué ser así".

El catálogo de pimiento también lo conforman otras variedades,

como el lamuyo Oaxaca, indicado para ciclo temprano, que presenta un fruto de gran tamaño, con entre tres y cuatro lóculos y un peso medio entre 350 y 500 gramos, y, por otra parte, Zacatecas. Éste último se corresponde con un California rojo, de ciclo medio, con una gran facilidad de cuaje, muy precoz y una elevada producción hasta el final, todo ello con frutos de calibre G-GG, de fácil recolección.

california amarillo "Adra"

Tolteca
JUNIO

Alvarado
JULIO

meridiem seeds
mejores semillas

APUESTA SEGURA

Los costes de producción del pimiento se mantuvieron estables en la última campaña

Según la Junta, cultivar un metro cuadrado de esta hortaliza cuesta en torno a 3 euros y, en cada metro, se producen unos 7 kilos

■ Isabel Fernández

Los costes de producción del pimiento se mantuvieron prácticamente estables durante la última campaña cerrada, la 2012/2013, con respecto al ejercicio precedente, según se desprende de los datos hechos públicos por la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural. De este modo, y tal y como recoge la información de la Administración andaluza, cultivar un kilo de pimiento durante la pasada campaña costó, de media, 3,06 euros por metro cuadrado frente a los 3,02 euros por metro de un año antes.

Como cabría esperar, el mayor de estos costes fue, una vez más, el de las semillas y el semillero, que rondó los 0,70 euros por kilo, seguido de los gastos en fitosanitarios, incluidos los insectos auxiliares, que sumaron 0,40 euros por metro. Los fertilizantes, con 0,21 euros, o la energía, con apenas 0,08 euros por metro, fueron otros de los gastos a los que debieron hacer frente los productores de pimiento. En el caso concreto de la partida relativa a la energía, ésta engloba tanto la electricidad como el combustible consumido no sólo en la finca, sino también para el transporte a la comercializadora en origen. Estos costes directos suman, en total, incluida la mano de obra, unos 2,42 euros por metro cuadrado

Por otro lado, y en lo que respecta a los costes indirectos, es decir, aquellos que incluyen amortización de estructuras o plástico, fue, sin duda, este último, el plástico, el que supuso un mayor gasto para el productor, con 0,18 euros por metro cuadrado, seguido de la estructura propia del invernadero. Estos costes indirectos, por su parte, hacen un total de 0,42 euros por metro, a los que hay que añadir los gastos financieros y otros gastos generales que, en total, suman unos 0,22 euros por metro cuadrado de pimiento cultivado en la provincia de Almería.



■ El pimiento es el cultivo con mayores costes de producción. /FHALMERIA



■ Por cada metro cuadrado, el año pasado, el agricultor ingresó 4,656 euros, sin descontar gastos. /FHALMERIA

La cifra final son esos 3,06 euros a los que hace referencia el documento de la Administración autonómica.

RENTABILIDAD

Teniendo en cuenta los gastos anteriores, la rentabilidad obtenida por el productor en cada metro cuadrado de pimiento cultivado durante la pasada campaña se reduce a casi 1,60 euros. Y es que, tal y como recoge el Anuario Agrícola 2013 de fhalmería, la rentabilidad por me-

tro cuadrado de este cultivo durante la pasada campaña fue de 4,656 euros sin descontar gastos. Una vez descontados, cada productor de pimiento ingresó, de media, en torno a 1,60 euros por metro de esta hortaliza cultivado.

El pimiento se situó durante el pasado ejercicio agrícola como la segunda hortaliza más rentable, por detrás del tomate. De ahí, quizás, la firme apuesta campaña tras campaña por parte de los agricultores de la provincia, que siguen manteniéndose fieles a este cultivo. Tanto es así que, de hecho, durante el pasado ejercicio, su superficie cultivada creció en torno a 1.100 hectáreas con respecto a un año antes, hasta sumar 8.461.

Por último, el informe hecho público por la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural recoge que los rendimientos por metro cuadrado del pimiento suelen oscilar entre los 6,5 y los 8 kilos, siendo el rendimiento más frecuente unos 7 kilos. Esto depende, cómo no, tanto de la variedad seleccionada como del manejo del agricultor.

Sea como fuere, lo cierto es que el pimiento continúa al frente de los productos más cultivados en la provincia, sólo por detrás del tomate y eso a pesar de los importantes costes de producción que implica.



■ En 2013, creció el número de hectáreas cultivadas. /FHALMERIA

El futuro está en nuestras manos

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

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

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



PREFERENCIAS

La gama de pimientos en Almería es muy amplia pero sigue mandando el California rojo

Este tipo de pimiento es líder indiscutible en los mercados internacionales, donde triunfan cada año con calibres medios

■ José Antonio Gutiérrez

La elección del cultivo de pimiento es una decisión importante en la agricultura almeriense. Se trata de la hortaliza que mayor facturación genera y muchos agricultores dependen de sus resultados de comercialización.

Los hábitos alimentarios, las preferencias de los consumidores, la composición de las familias, las etapas de la cosecha, los diferentes climas que va a tener que afrontar durante la cosecha, el color de los pimientos, su tamaño, su sabor, son solo algunas de las variables que influyen en el resultado final de la cosecha de pimiento.

La primera decisión a la que se enfrenta el agricultor es elegir la fecha de siembra. Actualmente las opciones más comunes son temprano, medio o tardío. La idea es elegir hasta dónde va a llegar la cosecha de pimiento y cuándo se va a producir la etapa de mayor producción. Siempre se busca la cotización más alta y para ello el mercado tiene que estar en una fase de demanda importante. Históricamente, los productores han buscado las fechas tempranas o muy tardías para conseguir precios altos. En las últimas campañas la recolección de última hora daba garantía de precio, no obstante esta tendencia se ha frenado en la actual campaña. Los expertos, analistas y observadores dicen que la mejor fórmula de siembra es aquella que permite recolectar hasta un 70 por ciento de la cosecha en temprano y medio para asegurar la rentabilidad básica y un 30 por ciento en tardío por si las perseguidas cotizaciones de última hora se vuelven a dar con la misma generosidad de años anteriores.

PREFERENCIAS DE CONSUMO

Las preferencias del consumidor y sus motivos también son motivo de análisis. Por qué la ama de casa prefiere este tipo de pimiento y no aquel, o que son más apetecibles,



■ Pimiento California rojo. /FHALMERIA

los dulces o los picantes. Desentrañar todas las preferencias reseñadas nos llevaría a un amplio tratado sobre el pimiento, no obstante, vamos a abordar lo más general teniendo en cuenta los tipos que más se siembran en la agricultura almeriense.

El pimiento que más se siembra es el tipo California para recolectar en rojo. Es el que más se adapta a las exigencias de las familias europeas. La variedad que más gusta es aquella que da calibre medio y de buena calidad. En España siempre se ha elegido un calibre más grande por la espectacularidad de la fruta, no obstante, desde que se puso de moda la venta por piezas y no por kilos, los grandes supermercados han preferido poner a la venta productos que se ajusten al tipo de familias que hay en la actualidad. Las piezas más o menos pequeñas en hortalizas de elevados precios permiten al consumidor comprar la ración que más se adecúa al consumo en su hogar. La preferencia por el rojo viene dada por ser el color que identifica el pimiento maduro, posteriormente las variedades en amarillo o naranja hay sido más bien maniobras de marketing

que otra cosa. Aunque hay que tener en cuenta que los expertos de la cocina saben diferenciar perfectamente los colores a la hora de hacer sus recetas.

El morrón, tan famoso en España, está en permanente declive, pero no termina de caer. Para muchos, especialmente los españoles, el pimiento por excelencia es el morrón rojo de imponentes dimensiones que permita buenos asados o rellenos al horno. Este tipo de pimiento choca directamente con las preferencias de las familias europeas, las cuales buscan tipos y variedades que se ajusten al consumo real de su casa para evitar desperdiciar parte de la compra efectuada. Hay que tener presente el carácter perecedero de las hortalizas.

El pimiento italiano y sus múltiples tipos similares ocupan un lugar muy destacado en la producción almeriense. Cuando parecía que la producción del tradicional dulce italiano, propio de los cultivos de primavera, empezaba a decaer, surgieron los denominados cónicos que están haciéndose con su lugar en el mercado internacional.

Los picantes también se han hecho notar en los últimos años, su



■ Pimiento California negro. /FHALMERIA



■ Pimientos de diferentes colores. /FHALMERIA

significación en los mercados internacionales es mínima y solo los especialistas se arriesgan a su cultivo. Los costes de mano de obra lo sitúa como un cultivo de riesgo, aunque tiene a su favor que los precios suelen ser rentables año tras año. Suelen ser pequeños, de poco peso, de producción abundante y para mercados muy concretos.

Por otra parte, están apareciendo en el mercado otros pimientos

de reducidas dimensiones que se están presentando como delicatessen y para consumidores exigentes que quieren experimentar nuevos sabores. Algunos de estos ejemplos son los 'mini' parecidos a los tradicionalmente conocidos como pimientos 'del piquillo', de tres colores y con un intenso sabor dulce. Hay otros tipos de nueva creación que van buscando consumidores que quieran probar sabores y texturas nuevas.

EN AUGE

Las mil formas de cocinar el pimiento lo convierten en un producto indispensable

Ha sido la hortaliza más exportada por Almería a principios de este año y su consumo en España volvió a crecer el año pasado

■ CIA

Frito, asado, e incluso, crudo. El pimiento es, hoy por hoy, un producto indispensable en cualquier despensa, tanto nacional como internacional, gracias, en gran medida, a su versatilidad, que lo convierte en un producto apto para todos los platos. El pimiento es, de hecho, uno de los productos más exportados no sólo por la provincia almeriense, sino por toda España; sin ir más lejos, en los primeros meses de este año, fue el producto más comercializado por Almería en el exterior. En total, las empresas de la provincia vendieron género por un valor cercano a los 177 millones de euros. Alemania, Francia, Países Bajos o Reino Unido se encuentran entre sus principales compradores.

Pero el pimiento no es un producto altamente demandado sólo en el exterior. También en España, y según los Datos de Consumo Alimentario en España en 2013, ofrecidos por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA), su consumo dentro de las fronteras nacionales creció un ligero 1%. En cualquier caso, esta cifra supone un punto positivo para un producto que, poco a poco, va ganando adeptos.

Y es que las mil y una maneras de cocinar el pimiento hacen de él una hortaliza indispensable, que igual se come frita, asada, en guisos y, por raro que parezca, incluso cruda. Esta última es la tendencia más reciente, gracias a la ardua labor de las casas de semillas, que han logrado hacer del pimiento, en según qué tipos, un producto más dulce, libre de semillas y, en algunos casos, más 'manejable'.

El pimiento mini, en sus múltiples variedades y colores, ha llegado a gran parte de los hogares, sobre todo de la Unión Europea



■ El recetario elaborado por el Ayuntamiento de El Ejido recoge varias recetas a base de uno de los productos de la tierra, el pimiento. /FHALMERIA



■ El pimiento también es ya un aperitivo. /FHALMERIA

(UE), como un producto snack, pero que, a diferencia de otros muchos snacks, aporta muchísimas más ventajas saludables. Sin ir más lejos, el pimiento es un producto con un alto contenido en vitamina C. Tanta o más que una naranja.

Pero el pimiento no sólo es un manjar en su versión mini. Es más, en los últimos años, son varias las empresas de la provincia de Almería que lo comercializan ya elaborado, bien en fresco troceado (IV gama) o bien asado.

En la variedad está el gusto y en Almería, poco a poco, van aprendiendo a hacerle la vida más fácil al consumidor y poner a su alcance todo aquello que demanda. De hecho, es algo que en la provincia se viene haciendo desde hace mucho tiempo.

Almería, como todo el mundo sabe, es la gran proveedora de hortalizas de Europa cuando nadie puede hacerlo, justo en los meses más fríos. El clima de la provincia y su agricultura invernal han permitido durante casi



■ Asado, ésta es la propuesta de Hortofrutícola Costa de Almería. /FHALMERIA

50 años que la provincia se convierta en la mayor proveedora de hortalizas de Europa en invierno. Tanto es así que, según los datos de la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA), el pimiento andaluz, en general, y almeriense, en particular, puede alcanzar una cuota de mercado cercana al 90% en el mes de enero en Europa. Asimismo, y según la Interprofesional, el 92% de las producciones de pimiento andaluz tiene como destino final a

lo largo de todo el año, además del mercado nacional, los citados Alemania, Francia, Reino Unido y Holanda.

El pimiento sigue siendo una de las hortalizas más cultivadas y exportadas por Almería y, tal y como dejan entrever los datos, en los próximos años, seguirá siéndolo, en gran medida, gracias a su mayor aceptación. Y es que, cuando se abre cualquier recetario, ¿quién no es capaz de encontrar una receta a base de los mejores pimientos?.

¡NUEVO!

Los precios hortícolas al instante



en tu
tablet

en tu
móvil



Available on the iPhone
App Store

ANDROID APP ON
Google play

www.precioshorticolas.com

ENTREVISTA

ANTONINO VERDE ■■■ RESPONSABLE DE MONDENOVA

“Hemos desarrollado alambre de mayor resistencia, pero también más duradero”

■ Elena Sánchez

Pregunta.- Mondenova es pionera en el alambre, ¿cómo empezó todo?

Respuesta.- Nuestra empresa se creó en Berja en el año 1902 para dar suministro a las parras que empezaban a cultivarse. Uno de los productos que el agricultor demandaba era el alambre para hacer el parral. Entonces, se traía el alambre de Francia, pero a partir del año 1913, mi bisabuelo comenzó a traerlo de Santander, de una fábrica que comenzaba. Desde entonces, venimos distribuyendo el alambre de Trefilerías Quijano.

P.- A día de hoy, es la fábrica de mayor producción de cables y trenzas a nivel europeo, ¿cómo se logra llegar a esta situación?

R.- Efectivamente, junto a Trefile-



■ Interior de las instalaciones de Mondenova. /FHALMERIA

rías Quijano, somos los mayores fabricantes de trenza para uso agrícola que existe en Europa. Permanentemente estamos innovando, y ante las nuevas instalaciones y demandas de los clientes, sacamos al mercado los tipos de trenza que nos solicitan para nuevos usos.

P.- ¿Cómo ha cambiado el alambre que se usaba anteriormente con el que se usa en la actualidad?

R.- Tanto en los antiguos parrales como en los primeros invernaderos, el alambre que se usaba llevaba menos acero y tenía menos resistencia. Con el paso del tiempo, hemos conseguido mayor calidad en el acero, dando como resultado que hayamos podido construir un tipo de invernadero de mayor altura y tamaño, necesario para una mayor producción agrícola.

P.- ¿Se podría decir que Mondenova es la empresa que más alambre ha vendido en el campo a día de hoy?

R.- Nuestro alambre está instalado en una gran cantidad de invernaderos, ya que siempre ha dado un gran resultado y esto es importante para el agricultor, que busca siempre calidad y nosotros damos ese servicio.

P.- La empresa ha ido evolucionando de la mano de la agricultura, ¿cuáles son los cambios más notorios que se han producido en el sector del alambre en estos años?

R.- Hemos ido desarrollando alambres de mayor resistencia, pero también hemos conseguido alambres con mayor durabilidad. Desde hace unos veinticinco años, tenemos un producto del que fuimos pioneros una vez más, que es el alambre gal-

vanizado en Aluminio Mondenova. Este alambre dobla la vida del que veníamos usando anteriormente. A partir de este año, hemos iniciado la comercialización de otro nuevo tipo de galvanizado (aluminio+zinc+magnesio), aunque, a decir verdad, es la fórmula mejorada del galvanizado en aluminio. Este nuevo tipo de galvanizado lleva usándose en los viñedos franceses y alemanes desde hace ya algún tiempo y les está dando muy buen resultado. Espero que el agricultor almeriense apueste por este novedoso galvanizado, ya que le garantiza una gran durabilidad en su estructura.

P.- ¿Qué parte importante de la cadena de construcción de un invernadero ocupa el alambre?

R.- El alambre es la partida más barata en la construcción del invernadero y lo que más ha de durar, por eso es muy importante escoger un material que haya demostrado en el tiempo su calidad. Cosa que damos nosotros. El mejor producto al mejor precio. Otros apuestan simplemente por precios baratos dejando a un lado la calidad y eso sale caro a la larga.

Aluminio OPTIMUM

ZINC + ALUMINIO + MAGNESIO



El Alambre que vence al tiempo

Mondenova

ALAMBRES, TRENZAS Y CERRAMIENTOS.

Ctra. Nacional 340 - Km. 417 • 04700 EL EJIDO (Almería)

T +34 950 58 04 00 • F +34 950 58 03 03 • M +34 618 25 87 33

info@mondanova.com

www.mondenova.com



■ La colmena Natupol de Koppert tiene un 30% más de eficacia que otras, lo que viene a redundar en una mejora de la rentabilidad. En la imagen, la colmena Natupol en un cultivo de tomate. /FHALMERIA

Natupol, referente mundial en polinización gracias a las mejoras hechas desde Almería

■ CIA

Los ensayos realizados en la provincia fueron decisivos para diseñar un modelo de colmena que ahora es utilizado de forma eficaz en más de 50 países, gracias, entre otras cosas, a que ofrece una intensa polinización durante un mínimo de ocho semanas

Desde su creación hace 25 años, Natupol ha conseguido convertirse actualmente en el estándar mundial en polinización natural con abejorros. Las colmenas Natupol se asocian permanentemente con valores de fiabilidad, rentabilidad y eficacia y se caracterizan por ser un producto vivo que incorpora continuas innovaciones. El modelo agrícola almeriense ha jugado un papel decisivo en el diseño y perfeccionamiento de las colmenas Natupol. Sin los ensayos llevados a cabo en la zona de Almería y sin las modificaciones e innovaciones surgidas a consecuencia de las experiencias en el 'mar de plástico', Natupol no habría llegado tan lejos, ni tendría presencia actualmente en más de 50 países.

Cuando hace un cuarto de siglo las primeras colmenas Natupol llegaron a Almería procedentes de Holanda revolucionaron la forma de polinizar en los cultivos bajo plástico. Rápidamente, la versión original fue cambiando para incorporar nuevos detalles técnicos que aumentaron la eficacia de Natupol en una zona tan árida como Almería, marcada por el clima mediterráneo. "Nuestros técnicos supieron

trasladar al diseño de la colmena las respuestas necesarias para atender las demandas de los agricultores, en un proceso que fue perfeccionando poco a poco Natupol hasta llegar a un producto tan eficiente que ahora es demandado desde varios continentes", explica Javier Villegas, delegado de Koppert en Almería.

Gracias a Natupol, Almería se ha convertido en uno de los pilares de la innovación en Koppert. Las buenas experiencias desarrolladas en torno a la mejora de colmenas fueron el primer paso para iniciar otros muchos proyectos de investigación que siguen teniendo, a fecha de hoy, un valor muy importante en las estrategias globales de los productos de Koppert. De hecho, Almería se ha consolidado como una importante plataforma de transferencia de conocimientos agrícolas hacia otros continentes, especialmente América del Sur y Asia.

ALGO MÁS QUE ABEJORROS

El productor que elige Natupol elige algo más que unos abejorros. Natupol es un completo sistema de polinización 100% natural que no

utiliza ni antibióticos ni productos farmacéuticos. Está compuesto por una colmena perfectamente diseñada para cubrir las necesidades del nido e incluye una colonia de abejorros seleccionados por su gran vitalidad. Todo ello se completa con un servicio de asesoramiento técnico a medida, que permite optimizar el rendimiento, y con una avanzada logística que garantiza la disponibilidad de colmenas muy cerca del punto donde van a ser utilizadas.

Tras 25 años en el mercado, el balance de Natupol no puede ser más satisfactorio. Las colmenas han sido diseñadas en colaboración con productores, centros de investigación y universidades y albergan en su interior colonias más longevas, gracias al buen desarrollo del nido, que continuamente genera nuevos individuos. Esto provoca que las obreras trabajen sin interrupción para alimentar a las larvas, hasta en situaciones adversas de clima y de luz. El resultado es que una colmena Natupol ofrece un mínimo de ocho semanas de intensa polinización y hasta un 30% más de eficacia, algo que se traduce en una

mejora de la rentabilidad porque se necesitan menos colmenas por hectárea para obtener óptimos resultados.

Otra de las señas de identidad de Natupol es que, al abrir las colmenas, los abejorros comenzarán a recolectar polen de forma instantánea. Esta exclusiva ventaja ha sido posible gracias a la investigación impulsada por Koppert, que ha dado sus frutos en un eficaz método de alimentación denominado Polfed, que preserva la óptima calidad del nido y de la colonia. En el interior de una colmena Natupol, los abejorros sólo pueden alimentarse con un compuesto nutritivo patentado y que es mucho menos atractivo que el polen. Cuando se abre la colmena, los abejorros prefieren el polen del cultivo y lo buscan con avidez.

EL SECRETO ES LA CALIDAD

La calidad y vitalidad de las colonias de abejorros es una de las importantes ventajas que diferencian a Natupol y que ha contribuido a su éxito durante más de dos décadas. En contra de lo que pueda creerse, una buena colmena no es la

que simplemente contiene muchos abejorros.

Después de años de experiencia, Koppert optimiza todos los factores que intervienen en la producción, transporte y distribución de cada colmena Natupol. El alto estándar de calidad que se ha conseguido se fundamenta en la sabia combinación de una reina productiva capaz de poner muchos huevos con una colonia de abejorros estrictamente seleccionados, y todo ello en condiciones óptimas de aislamiento y ventilación en el interior de una colmena que incorpora avanzadas soluciones de ingeniería. Además, la composición de cada colonia contiene una proporción de larvas, pupas y adultos adaptada siempre a las necesidades de cada agricultor.

Actualmente, Koppert lidera el mercado internacional del control biológico en cultivos y de la polinización natural. En todo el mundo, Koppert es sinónimo de fiabilidad, innovación y calidad. Su valor añadido es un cultivo limpio y seguro para un futuro sano y su principal preocupación es la satisfacción del cliente.

EN FRESCO

Más de una decena de comercializadoras de la zona apoyan el evento nijareño

Cooperativas y SATs no sólo de Níjar, sino del resto de la provincia, aprovechan la cita para estrechar las relaciones con sus socios

■ Isabel Fernández

Más de una decena de comercializadoras de la provincia participa en Expolevante, mostrando, de este modo, su apoyo a un evento que ya está más que consolidado en el sector. Así, Grupo Agroponiente, con sus firmas Agroponiente y Vegacañada, Agrupaejido, Agrupalmería, Balcón de Níjar, Biosabor, Biotec Family, CASI,



■ Producción en fresco. /FHALMERIA

Coprohñíjar, Cuevas Bío, Níjarsol, SAT Costa de Níjar y SAT Las Hortichuelas no han querido perderse

una cita que, además de servirles de escaparate para mostrar sus productos, les supone una buena oportunidad para estrechar las relaciones con sus socios, con sus agricultores, a quienes, a veces, no ven tanto como les gustaría.

Si bien es cierto que la mayor parte de estas comercializadoras están afincadas en el Campo de Níjar, también lo es que algunas de ellas proceden de otras zonas de la provincia. Éste es el caso de Cuevas Bío, empresa especializada en el cultivo de productos ecológicos y que llega a la cita procedente del Levante provincial. La SAT Las Hortichuelas, por su parte, aunque cuenta con una delegación en Ní-



■ Stand de SAT Costa de Níjar en la última edición de Expolevante. /FHALMERIA

jar, está asentada en el Poniente almeriense. Se podría decir que, sólo dando un paseo por el recinto, el visitante podrá ser consciente de la variedad de la producción en fresco almeriense, desde sus produc-

tos ecológicos a los cultivados con lucha integrada. Incluso, habrá una pequeña representación de la producción vitivinícola de Almería, gracias a la participación de Bodegas Laujar.

KOPPERT

BIOLOGICAL SYSTEMS

Comprometidos con el Resultado

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

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

Tu satisfacción es nuestro compromiso.



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



PRESENTE

Biosabor sorprenderá en la feria nijareña con sus novedades de fresco y V Gama

■ CIA

Los visitantes de Expolevante podrán degustar, hasta el 10 de mayo, los nuevos preparados de la empresa, como su nuevo zumo, de tomate y granada, dulce y cien por cien ecológico que, sin duda, va a conquistar los paladares más exquisitos

La empresa Biosabor, especializada en producción ecológica, asistirá a la feria ExpoLevante, que se celebra del 7 al 10 de mayo en el Palacio de Exposiciones y Congresos de Campohermoso-Níjar.

En el marco de la feria Expolevante, la empresa Biosabor presentará sus novedades más recientes, tanto en la línea de quinta gama como en lo referente a producto fresco, destacando este último, como principal motor de la empresa y la base de los grandes resultados que ha cosechado en productos preparados. Como uno de los grandes retos alcanzados destacan las nuevas variedades en las que se ha logrado obtener un sabor mucho más natural y dulce, gracias al esfuerzo de todos los integrantes de Biosabor y, en especial, de su equipo de investigación. Durante esta campaña se ha hecho una fuerte apuesta, con excelentes resultados, de estas variedades con sabor, sobre todo, en tomate cherry para sabor y tomate asurcado de ensalada con sabor.

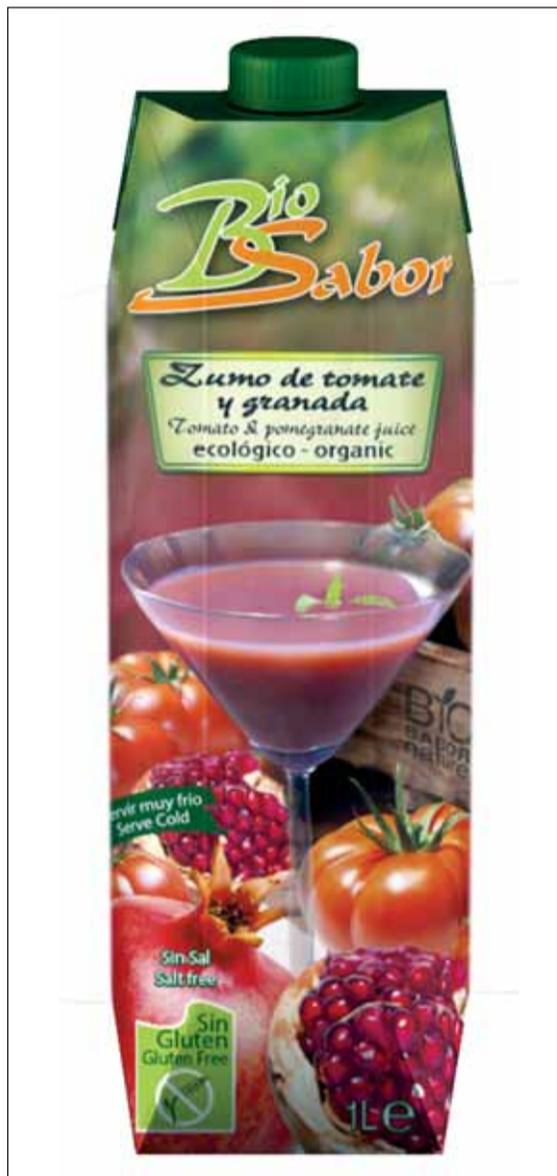
NUEVO ZUMO

La compañía nijareña asiste al ferrial también con novedades en la división de quinta gama. Dentro de su oferta de productos preparados, Biosabor presentará su no-

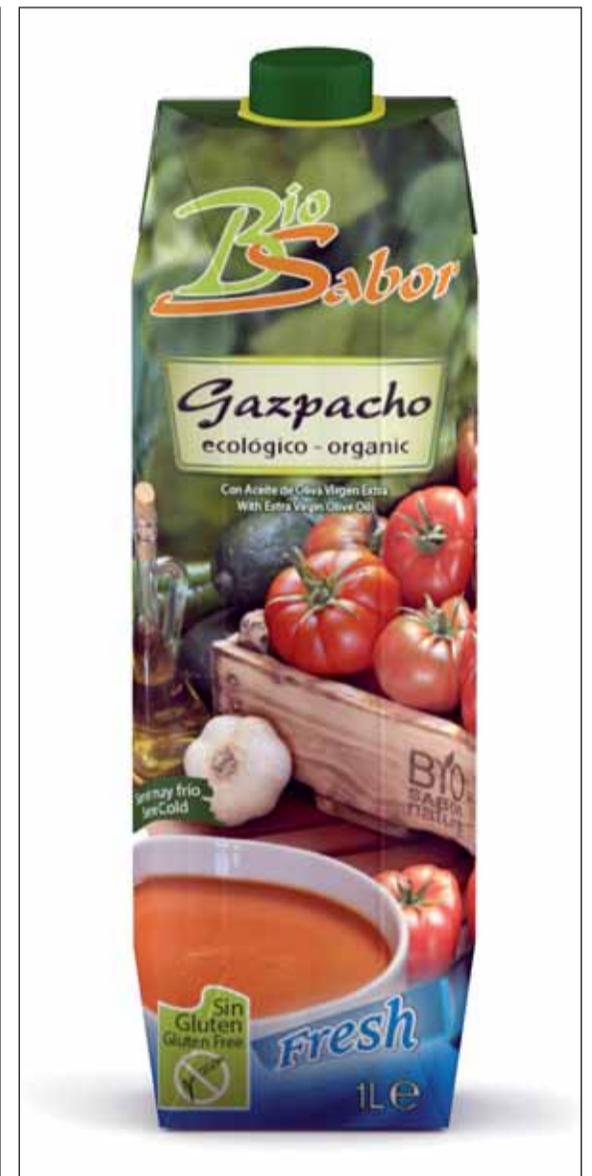
vedoso zumo de tomate y granada, 100% ecológico y sin gluten, que acaba de lanzar al mercado, tanto nacional como exterior. Esta nueva variedad supone un gran paso en el interés de la compañía por entrar en el segmento de alimentación funcional.

La comercialización de este nuevo producto ha sido una demanda creciente por parte de algunos clientes españoles. Biosabor, con fuerte vocación internacional, reitera su interés por abrirse a nuevos mercados como es el caso de Polonia, Suiza y Holanda, que se suman a su desembarco en mercados de todo el mundo, destacando su presencia en Japón, Taiwán, Francia y Dubai.

El equipo que integra Biosabor destaca por su carácter dinámico, así como por la búsqueda continua de productos innovadores y de la introducción de mejoras en su oferta, 100% ecológica. Su último lanzamiento se suma a su ya nutrido catálogo de productos preparados. A principios de este año presentaba nuevas referencias en quinta gama, que están teniendo una gran aceptación a nivel comercial, concretamente la Sopa de Tomate y el Gazpacho Fresh, ambas variedades aptas para celíacos.



■ Novedad de Biosabor que presenta en la feria. /FHALMERIA



■ Gazpacho tradicional de Biosabor. /FHALMERIA

PROMOCIONES

Sipcam Iberia ya tiene ganadores del sorteo de una Tizona y un viaje a Brasil

■ CIA

Sipcam Iberia llevó a cabo a finales de abril, ante notario, el sorteo de los premios correspondientes a las promociones de Align - Krisant, que consistía en una máquina fumigadora automática Tizona, fabricada por Carretillas Amate, y de la Promoción de Blackjak correspondiente a un viaje al mundial de fútbol en Brasil para dos per-

sonas. El sorteo, realizado en el edificio Carrida, en el término municipal de Roquetas de Mar, ante la presencia de directivos de Sipcam Iberia y otros testigos, dio como premiado con la Fumigadora Tizona a la cooperativa Campoejido.

El Viaje a Brasil, por otra parte, le tocó a José Miguel Moreno Cano, de Roquetas de Mar y cliente de Guivarto Agrícola, quién se llevó,

como cabía esperar, una gran alegría al recibir la llamada del delegado de Sipcam Iberia para Almería para notificarle el premio.

Los premios serán oficialmente entregados por Sipcam Iberia en un acto que está previsto que se celebre durante la presente edición de la feria Expolevante, en el Centro de Exposiciones y Congresos de Campohermoso, en el término municipal de Níjar.



■ Momento del sorteo ante notario realizado por Sipcam Iberia. /FHALMERIA



Nancy RZ

Kilos de Sabor



Visítanos en
Expolevante
7 al 10 de Mayo
Stand:
132, 133 y 136

Sharing a healthy future



Delyca RZ
Razymo RZ



Ramyle RZ
Rayosol RZ



Sharing a healthy future



PROMOCIÓN DE SUS CAMPAÑAS

HORTYFRUTA va al “origen” para mostrar lo que hace y “lo que podríamos hacer”

La Interprofesional cuenta con stand propio en la feria, donde, además, organiza una jornada sobre nutrición el viernes, día 9

■ Isabel Fernández

La Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA) participa en esta nueva edición de Expolevante con un objetivo claro: “Queremos mostrar todas nuestras actividades pero, sobre todo, lo que podríamos hacer”. Así lo explica el presidente de la Interprofesional, Francisco Góngora, quien añade que, además, el hecho de que Expolevante sea una feria “muy de origen” supone un aliciente más para estar presentes, puesto que logra congrega a miles de agricultores que, en este caso, son su público objetivo.

De este modo, HORTYFRUTA llevará a la feria su campaña de promoción ‘We Care, You Enjoy’, que ilustrará con un cartel a tamaño natural de su prescriptora en Alemania, Esther Schweins, que promueve en este país el consumo de las frutas y hortalizas andaluzas. Asimismo, también habrá un hueco en este espacio para la nueva campaña ‘No cortes en verde’, que cada año la Interprofesional pone en marcha junto con la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente. En esta ocasión, bajo



■ HORTYFRUTA lleva a la feria su campaña ‘We Care, You Enjoy’. /FHALMERIA

el lema ‘Inmaduros, no’, la campaña sigue concienciando al sector de la conveniencia de cortar melones y sandías en su punto óptimo de maduración.

Junto a esto, HORTYFRUTA quiere seguir dando a conocer su actividad, que no sólo se limita a acciones promocionales; pero sobre todo quiere mostrar lo que “podríamos hacer”. En este sentido, Góngora comenta que “tenemos todas las herramientas legales y formales, otra cosa es que se quieran apoyar”. Para él, esta falta de apoyo, en ciertas ocasiones, reside en la falta de conocimiento, de ahí que Expo-

levante sea el marco más adecuado para mostrar todo lo que una interprofesional puede hacer por su sector.

A modo de ejemplo, Góngora se refirió a la potestad para hacer extensiones de norma, es decir, para “hacer que una decisión que se toma en el seno de una interprofesional que cuenta con la representatividad suficiente del sector se convierta en ley y sea de obligado cumplimiento para el sector en general”.

JORNADAS

Por otro lado, y como actividad enmarcada en su labor como difuso-

ra de los valores nutricionales de las frutas y hortalizas, la Interprofesional organiza el viernes, 9 de mayo, a partir de las 18:00 horas, una jornada titulada ‘HORTYFRUTA promueve los beneficios de las hortalizas y tú las cultivas con mimo’. La presentación de la jornada correrá a cargo del presidente de la Interprofesional, que abundará en la actividad de este organismo, y contará con la intervención de Ana Molina, farmacéutica y nutricionista, que hablará sobre las bondades de las hortalizas, así como sobre todos sus beneficios para la salud.

COMPETITIVIDAD

CASI, Agroiris y Murgiverde, objeto de análisis de la Fundación Cajamar

■ I. F. G.

Cajamar Caja Rural ha hecho público recientemente un estudio titulado ‘Tamaño y competitividad. Experiencias de crecimiento en las cooperativas agroalimentarias españolas’, que profundiza en las ventajas del tamaño para mejorar la competitividad de las cooperativas agroalimentarias; para ello, analiza las diferentes fórmulas que existen para aumentar ese tamaño, tales como el crecimiento interno, la creación de cooperativas de segundo grado o las fusiones.

El estudio profundiza en los casos de 13 comercializadoras agroalimentarias a nivel nacional, entre ellas, las almerienses SAT Agroiris, CASI y Murgiverde. La primera, según recoge el estudio, aglutina a 700 productores, fruto de la fusión de cuatro cooperativas. La dimensión de CASI, por su parte, con sus 1.800 agricultores socios, responde a un modelo de crecimiento interno, mientras que Murgiverde, al igual de SAT Agroiris, es fruto de la fusión de cuatro cooperativas. Esta última empresa cuenta con 800 agricultores socios.

Los autores del estudio son Narciso Arcas Lario, de la Universidad Politécnica de Cartagena, y Miguel Hernández Espallardo, de la Universidad de Murcia.

CONTROL DE CALIDAD DE MELÓN Y SANDÍA

La campaña ‘No cortes en verde’ tomará 3.900 muestras hasta julio

■ I. F. G.

Un año más, ya está en marcha la campaña ‘No cortes en verde’ que la Junta de Andalucía y la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA) ponen en marcha cada primavera para evitar que lleguen a los mercados melones y sandías que no hayan sido cortados en su punto óptimo de maduración. En esta ocasión, y bajo el eslogan ‘Inma-

duros, no’, la Administración andaluza prevé realizar 360 controles, cuatro veces más que en 2012, y tomar 3.900 muestras, 2.900 de sandía y unas 1.000 de melón. Así lo pusieron de manifiesto el delegado territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, José Manuel Ortiz, y el presidente de HORTYFRUTA, Francisco Góngora, en la presentación de la nueva campaña, que este año se desarrollará, en principio, hasta junio, pero que po-

dría prolongarse, incluso, hasta principios de julio, según se desarrolle la campaña de sandía en el Levante provincial.

Hasta la fecha, los resultados obtenidos por esta campaña han sido más que positivos. De hecho, y según afirmó el delegado, durante el pasado ejercicio, y teniendo en cuenta los controles realizados, apenas se rechazó un 1,1% de sandía y menos de un 1% de melón por no cumplir con los requisitos mínimos.



■ José Manuel Ortiz y Francisco Góngora en la presentación de la campaña.

PROYECTOS

Agrolevante prevé ampliar su gama de productos e incluir nuevas frutas

La SAT ya comercializa, anualmente, 10 millones de kilos de cítricos, que quiere complementar con frutales de recolección precoz

■ Isabel Fernández

Agrolevante quiere ampliar la gama de productos que ya comercializa y lo va a hacer incluyendo otras frutas, más allá de los cítricos, en su catálogo. En este sentido, Andrés Parra, presidente de la Junta Rectora de esta SAT del Levante provincial, comenta que, “en los próximos cinco años, pretendemos obtener una oferta varietal de frutas que oscilará entre los 2 y los 3 millones de kilos”. Para ello, sus 40 agricultores asociados se encuentran “en una pequeña revolu-



■ Trabajadoras en la planta de SAT Agrolevante. /FHALMERIA

ción”, con la plantación de frutales de precoz recolección. Un segundo paso será iniciar la producción de zumos tanto de cítricos como de otras frutas. Sin embargo, y de mo-

mento, “todo lo destinamos al producto fresco”, aunque “nos encontramos inmersos en un estudio de mercado de zumos de cítricos y otras frutas”.

De momento, y en lo que respecta a su producción anual, la empresa comercializa en torno a 10 millones de kilos de cítricos, de los que “el 100% se exporta”. Entre sus

principales mercados de destino, destaca Rusia, si bien es cierto que “también exportamos a Italia, Holanda, Argelia o Emiratos Árabes”. Asimismo, “en la actualidad, nos encontramos en expansión a comercios especializados que buscan calidad y sabor en los productos”. A esto hay que unir, aunque sea con volúmenes muy reducidos, la comercialización de frutas como pera o ciruela.

Por otro lado, y con respecto a la actual campaña, caracterizada por los bajos precios generalizados de los cítricos, que están haciendo que, en muchos casos, los agricultores ni siquiera estén recolectando sus producciones, Parra reconoce, precisamente, que, “hasta el momento, la campaña está siendo dificultosa”; sin embargo, “esperamos remontar al final, ya que nuestro producto se encuentra en muy buenas condiciones”.

SAT Agrolevante cuenta en la actualidad con 40 agricultores socios, que concentran sus tierras de cultivo en un radio de 15 kilómetros en torno al municipio de Huércal Overa.

AGROLEVANTE

Clementina - Naranja - Limón - Pera - Ciruela - Melocotón - Sandía - Melón

www.citricosagrolevante.com



Email: satagrolevante@gmail.com

Teléfono: 950 471 750 - Fax: 950 135 396

Carretera de Nieva, Km 31 Huércal-Overa, 04600 Almería. España

EN AUGE

Agricultura y turismo se unen y suponen un nuevo filón para la economía local

En los últimos tiempos, ha crecido mucho el número de personas que ven la agricultura de Almería como un atractivo turístico

■ Isabel Fernández

La agricultura de Almería, prácticamente desde sus inicios, ha despertado un gran interés entre propios y extraños. Tanto personas del resto de España como de otros países siempre han mostrado su curiosidad por un sistema productivo que, en principio, ha resultado poco o nada convencional y que, con el paso de los años, ha demostrado ser un pilar económico fundamental para la provincia de Almería. Si bien es cierto que su apariencia impacta al visitante, también lo es que llama mucho su atención; tanto que, en los últimos tiempos, la agricultura se está irrumpiendo en otro sector económico en el que prácticamente nadie confiaba que pudiera hacerlo: el turismo.

Agricultura y turismo se están fundiendo en un nuevo sector, el agroturismo, que cada vez cobra más importancia para la economía provincial. Cada año, Almería recibe a miles de visitantes atraídos por su entorno paradisíaco y, de un tiempo a esta parte, esos visitantes están queriendo conocer algo muy característico de la provincia más allá de sus playas y parque natural: sus invernaderos.

En este sentido, y cuando de agroturismo se habla, hay que mencionar, cómo no, la gran labor que hace en este sentido Lola Gómez, gerente de Clisol Agro, si cabe una de las empresas de la provincia que más rápidamente supo ver en su agricultura un atractivo turístico. Gracias a las visitas guiadas que desde hace años organiza en sus invernaderos, la gerente de Clisol Agro está contribuyendo a un doble objetivo; por un lado, tirar falsos mitos existentes en torno a la agricultura almeriense y, por otro, potenciar un sector en auge como es el agroturismo.

Pero, si bien es cierto que la suya fue una experiencia pionera, también lo es que, más recientemente, son los propios ayuntamientos, y



■ Lola Gómez, gerente de Clisol Agro, atiende a un visitante. /FHALMERIA



■ Estudiantes alemanes visitaron recientemente El Ejido. /FHALMERIA

sobre todo el de El Ejido, los que están potenciando esta actividad. De hecho, el Consistorio ejidense ya ha firmado diversos acuerdos con touroperadores para que, entre sus programaciones, cuando viajan a la provincia, incluyan visitas a los invernaderos de El Ejido, municipio que sobra decir que cuenta con la mayor superficie invernada de la provincia.

Sin ir más lejos, y fruto de uno de esos acuerdos con touroperado-



■ Todos quieren saber qué se esconde bajo el plástico. /FHALMERIA

res, recientemente, un grupo de cuarenta estudiantes alemanes, de la Technikerschule für Agrarwirtschaft, Fachrichtung Landbau, en Triesdorf, visitó el municipio con el objetivo de conocer en profundidad y aprender de sus sistema de producción agraria. Esta visita, como otras muchas realizadas con anterioridad, cumplía, según afirmó la concejala de Turismo ejidense, Luisa Barranco, un doble objetivo, ya que, “además de promocionar nuestro municipio desde el punto de vista turístico, mostramos al mundo nuestro sistema productivo agrícola con todas sus garantías de máxima calidad y control”.

Más recientemente, ha sido la propia Diputación Provincial la que ha sabido ver ese filón que supone la conjunción de agricultura y turismo en una misma actividad y, de hecho, ya incluye las visitas a invernaderos como un atractivo más de la provincia cuando de atraer visitantes se trata. Los invernaderos son cada vez más visitados, según explicaron recientemente desde la Institución Provincial; de ahí que también vayan en aumento las empresas que ofrecen este tipo de visitas guiadas por unas instalaciones “emblemáticas” de la provincia de Almería y sobre las que ésta ha construido su futuro.

PRODUCCIÓN

La Unión alcanzó el millón de kilos en la subasta de La Redonda el pasado 19 de abril

De hecho, en el presente ejercicio agrícola se llevan 17.500.000 kilos más entrados que en las mismas fechas del año pasado. Para la empresa ejidense, este dato “nos demuestra que, a pesar de la difícil situación de precios en la que nos encontramos, el agricultor sigue confiando en nosotros”

■ Elena Sánchez

El pasado sábado 19 de abril, la Alhóndiga La Unión logró superar el millón de kilos de producto en la subasta de La Redonda, algo que, según Jesús Barranco, director general de la empresa, sólo ha ocurrido cuatro veces en los 20 años de historia y no creo que, a día de hoy, otras empresas del sector lo hayan experimentado”. Asimismo, para Barranco, el hecho de haberse producido este dato en estos momentos es “muy bueno para nosotros, ya que, en la situación difícil en la que nos encontramos sobre precios, que el agricultor siga confiando en nosotros es de agradecer. Además, he de decir que nos sentimos recompensados por el esfuerzo y el compromiso con el agricultor”.

CRECIMIENTO

Esta campaña, La Unión ha crecido “entre un 10 y un 15% en cuanto a volumen de kilos se refiere, lo que nos ha servido para consolidar nuestra situación”. De hecho, en el presente ejercicio agrícola, se llevan 17.500.000 kilos más entrados que en las mismas fechas del año pasado. Por otro lado, con el fin de seguir colaborando con la mejora del sector, la empresa ejidense está llevando a cabo una campaña de acercamiento al agricultor, en la



■ Exterior de las instalaciones de la Alhóndiga La Unión. /FHALMERIA

que “estamos consiguiendo acuerdos con entidades financieras para nuestros productores. Además, quiero destacar que, a finales de abril, se inauguraron unas pistas de padel indoor en nuestras antiguas instalaciones de Adra Cua-

tro Higueras, con un torneo de padel para trabajadores, compradores y agricultores”.

Otras actividades que han llevado a cabo desde La Unión es que, junto con el Banco Santander, “se sorteó, el pasado 25 de

abril, una entrada doble para el premio de Fórmula 1 de Barcelona, así como tres becas para hijos de agricultores que estén certificados en GlobalGap”. Finalmente, Jesús Barranco adelanta que “de cara a la campaña de ve-

rano, daremos unas becas a hijos de agricultores certificados en GlobalGap para que vayan a un campamento de inglés desarrollado en la Sierra de Gredos e impartido por la compañía Vaughan”.



LA REDONDA | GUARDIAS VIEJAS | ADRA | CUATROVIENTOS | COSTA RUBITE | CARCHUNA | LA MOJONERA | TIERRAS DE ALMERÍA

Nuestra fuerza

www.alhondigalaunion.es

CAMPAÑA DE PRIMAVERA

CASI comercializará 13 millones de kilos entre la sandía 'Reina' y el melón 'Miel'

Ambos frutos destacan por su excepcional sabor, ya que son cortados en su punto óptimo de maduración para garantizar su dulzor

■ CIA

Además de por su reconocida especialización en el tomate, la cooperativa CASI también se ha convertido, fruto de su trabajo campaña a campaña, en un referente en el cultivo y comercialización de sandía y melón entre los meses de mayo y julio. En esta línea, en la nueva campaña, espera comercializar entre 13 y 15 millones de kilos repartidos entre la sandía 'Reina' y el melón 'Miel'. El 90% de esta producción es de sandía, mientras que el 10% corresponde al melón.

La sandía 'Reina' y el melón piel de sapo 'Miel' comparten algunas características comunes, como son su excepcional sabor y dulzura y su forma de cultivo, ya que ambas se producen con métodos naturales, como la polinización por abejas. También en ambos casos el corte y la recolección se realizan por personal especializado, que decide el momento óptimo de corte cuando se encuentra el fruto en el estado ideal de madurez.

Tanto en sandía como melón, CASI responde a las preferencias



■ CASI repartió tanto melón 'Miel' como sandía 'Reina' durante la celebración de la 'Noche en blanco' de Almería en 2013. /FHALMERIA

que más demandan los consumidores. En el caso de la sandía 'Reina', no tiene pepitas, su tamaño es mediano, de entre 3 y 6 kilos, que cabe, por lo tanto, perfectamente en el frigorífico; además, cuenta con un color externo tradicional oscuro, una carne de color rojo intenso y un sabor dulce excepcional. Y es que está cortada a un nivel mínimo de 9 grados brix.

En el caso del melón 'Miel' de CASI, es un piel de sapo referente en el mercado porque no se corta con un nivel inferior a 12 grados

brix para garantizar su sabor dulce y la conservación de sus azúcares. Además, se realiza una cuidada recolección en el momento óptimo de maduración, listo para degustar.

FRUTOS DE LA EXPERIENCIA

Como en el caso del tomate, donde CASI es líder de producción en toda Europa, uno de sus principales valores es la experiencia y conocimientos de los agricultores, que aprenden a cultivar la sandía y el melón de generación en generación, para disfrute de los consumidores.

CASI es una cooperativa creada en el año 1944, que reúne a productores y comercializadores de tomate, sandía y melón de la zona de La Cañada y el Levante almerienses. Se trata de la quinta cooperativa de primer grado de España por volumen de facturación y la primera de tomate de Europa. Fue fundada en el año 1944 por 14 agricultores y el próximo mes de octubre cumplirá 70 años. En la última campaña, comercializó 225 millones de kilos de tomate y facturó cerca de 200 millones de euros. CASI tiene cerca

de 1.000 empleados y genera trabajo, directo e indirecto en toda la cadena, para 25.000 personas.

La cooperativa CASI exporta a un total de 27 países: Alemania, Austria, Bélgica, Bielorusia, Bulgaria, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Francia, Gran Bretaña, Holanda, Hungría, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Noruega, Polonia, Portugal, República Checa, Rumanía, Rusia, Suecia, Suiza, China y Dubai. Y, por supuesto, también comercializa sus productos en toda España.

GARANTÍA DE CALIDAD

El melón piel de sapo almeriense gana cuota de mercado en Europa

■ I. F. G.

El duro trabajo de agricultores y comercializadoras de la provincia para garantizar que el melón llega a los mercados en su punto óptimo de maduración está dando sus frutos. Tanto es así que, en las últimas campañas, el melón piel de sapo está ganando cierta cuota de mercado en Europa, debido, fundamentalmente, a esa mayor calidad y sabor.

En esto ha tenido que ver también el hecho de que "ni el consumidor compra ni, sobre todo, las cadenas ponen ya cualquier cosa a la venta, esté o no en condiciones", según explica Andrés Góngora, secretario provincial de COAG. Para él, "se llegó a un punto en el que el consumidor, incluso, rechazaba el género de Almería" porque buscaba un producto con sabor que, debido a las malas prácticas, no era tal. En cualquier caso, con el paso

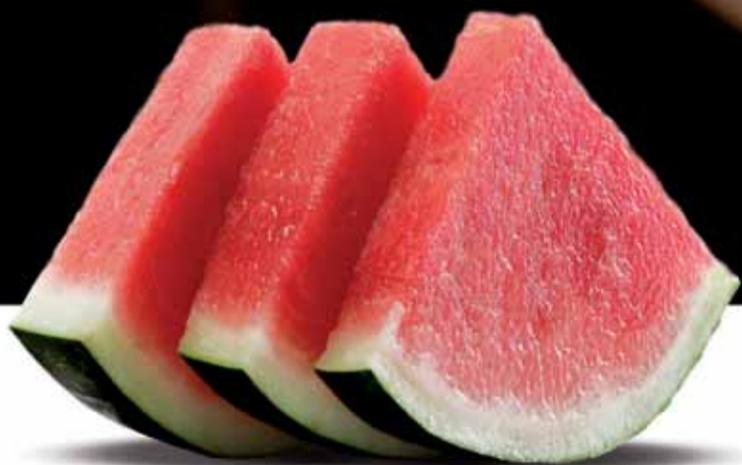
del tiempo, esas malas prácticas se han ido desterrando y el resultado no es otro que un aumento de las ventas en el exterior del melón, en general, y del piel de sapo, en particular. Tanto es así que, sólo durante la última campaña, y según los datos recogidos en el 'Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería', elaborado por la Fundación Cajamar, las exportaciones de melón crecieron un 11,1%, hasta superar las 66.500 toneladas.



■ Melón piel de sapo. /FHALMERIA

El sabor
que perdura
en tus labios.

Este verano se llevan los sabores frescos e intensos de la Sandía Reina de CASI. La Sandía sin pepitas de aspecto externo verde oscuro y rojo vivo muy apetitoso. Prueba la Sandía Reina de CASI y verás como perdura su sabor en tus labios.



Ctra. de Nijar - Los Partidores
04120 La Cañada - Almería
Tel.: 950 62 60 07 - Fax: 950 29 08 63
correo@casi.es / www.casi.es



La Reina de las sandías, sin pepitas.

MULTINACIONAL

Yüksel Tohum, calidad y experiencia en el desarrollo de semillas hortícolas

Las semillas de Yüksel son distribuidas, en Almería, por Motroy, entidad que destaca tomates como Sacher, Elmyura, Leyenda y Peradur

■ CIA

La multinacional turca Yüksel Tohum, dedicada a la investigación y producción de semillas hortícolas, posee una amplia gama de variedades vegetales híbridas de tomate, pimiento, pepino, berenjena, sandía y melón. De hecho, en Almería, las semillas de Yüksel son distribuidas por la empresa Motroy, cuyo representante, Bartolomé Martínez, destaca que, en los últimos años, “se han ensayado y comercializado variedades de tomate con

gran éxito, entre las que destaca, en la actualidad, Elmyura, un tomate larga vida, de calibre G-GG que se caracteriza por la gran consistencia del fruto, así como por su buen color, llamativo y estupendo para su comercialización”. Además, Martínez señala que, “por primera vez, entre los tomate larga vida, también destaca por su excelente sabor a tomate”.

CATÁLOGO DE TOMATE

Sin embargo, ésta no es la única variedad a señalar dentro del amplio catálogo de tomate, ya que Motroy también hace hincapié en otros materiales como Sacher y Leyenda, de tipo negro y calibre G-M, así como Peradur, un tomate pera larga vida excelente para recolectar en suelto.

Desde hace más de 20 años, Yüksel Tohum ha desarrollado variedades vegetales híbridas de alta calidad, de gran productividad y resistentes a enfermedades, además de que siempre destacan por estar dotadas de una amplia adaptabilidad al medio ambiente, algo que, según la multinacional turca, continuará haciéndolo en el futuro.

CENTROS DE I+D

De hecho, actualmente, Yüksel Tohum cuenta con cinco centros de investigación y desarrollo para seguir apostando por la innovación en semillas, así como también dispone de 110 hectáreas de tierra, de las cuales 40 hectáreas están dedicadas a invernaderos para ensayos.



■ Tomate larga vida Elmyura, de gran consistencia y buen color. /FHALMERIA

REUNIÓN

La nueva junta rectora de SAT Costa de Níjar explica sus proyectos al delegado

José Manuel Ortiz, máximo responsable de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta en Almería se reunió con el nuevo presidente

■ Rafa Villegas

El delegado territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía, José Manuel Ortiz Bono, ha mantenido una reunión en SAT Costa de Níjar para conocer a la nueva Junta Rectora, así como la evolución de la presente campaña y sus proyectos de futuro.

En la reunión, por ejemplo, los representantes de la comercializadora nijareña informaron al delegado de los cambios que van a llevar a cabo en sus equipos directivos para, según explicaron, “lograr una mejor coordinación entre los



■ El presidente de SAT Costa de Níjar, Antonio Rodríguez, con el delegado territorial de Agricultura, José Manuel Ortiz Bono.

departamentos comercial, técnico y financiero” a la hora de comercializar sus hortalizas.

Del mismo modo, SAT Costa de

Níjar informó al delegado territorial almeriense de la situación de la comercializadora en aspectos tan importantes como la sanidad ve-

getal, la temática relativa a la Organización de Productores de Frutas y Hortalizas (OPFH), además de apartados esenciales que tie-

nen que ver con el medio ambiente en los invernaderos.

Costa de Níjar, que inició sus actividades en 1997, cuenta con 160 socios y una superficie cultivable de 300 hectáreas, donde cosechan más de 60 millones de kilos de frutas y hortalizas, que comercializa en más de veinte países, según los datos de su página web. Los principales productos que cultivan son el tomate, el pimiento y la berenjena, seguidos del calabacín, el pepino y el melón. En la sociedad trabajan más de 100 profesionales, entre técnicos, operadores, manipuladores, y en medio ambiente y explotaciones agrarias.

En 2013, se le aprobó un fondo operativo de la UE por un importe de 1,55 millones de euros, de este importe se le otorgó una ayuda pública de 812.835 euros. Para 2014, el importe ha ascendido a 1,6 millones de euros, inversión a la que le corresponde una ayuda pública de 877.000 euros. Estos fondos tienen como objetivo la ejecución de proyectos para la mejora de la comercialización, medidas medioambientales y de mejora de la calidad.

A MÁS

Almería conquista el mercado británico con sus conservas vegetales de primera calidad

La provincia incrementó un 270 por ciento el valor de las mismas en el mes de enero, llegando a países como Finlandia y Holanda

■ Rafa Villegas

Almería ha logrado registrar un importante incremento de las ventas de conservas vegetales en los últimos años. Así, según los últimos datos de Datacomex, elaborados por EXTENDA, 17 empresas conserveras hortofrutícolas de la provincia exportaron algo más de dos millones de kilos de productos en enero, un 207 por ciento más que en el mismo mes del año anterior. La mayor parte de este producto, el 68,8 por ciento, se destinó a Rei-

no Unido. Por volumen, Almería vendió fuera 1,9 millones de kilos, lo que ha representado un aumento del 219 por ciento con respecto al primer mes de 2013, producto valorado en 2,34 millones de euros, casi un 270 por ciento más que en el mismo período comparativo.

Gracias a estas cifras, el sector de las conservas vegetales almeriense ha entrado en el ranking de los diez productos más vendidos fuera de las fronteras nacionales, concretamente en la novena posición, si bien la cuota provincial de mercado es de tan solo el 0,6 por ciento. Estos datos, además, sitúan a Almería como segunda provincia exportadora de IV Gama hortofrutícola del sur de España, sólo superada por Sevilla, así como séptima de España. Además

de a Reino Unido, mercado al que se le vendió producto valorado en 1,6 millones de euros, las conservas vegetales almerienses también viajaron, en menor medida, a otros países.

Así, por ejemplo, el 6,8 por ciento lo compró Finlandia, el 5,1 la República Checa, el 4,7 por ciento Holanda y el 3,9 Alemania. Partidas más residuales se enviaron también a Polonia, Rumanía, Estados Unidos, Brasil e Israel.

También aumentaron, en el mismo período comparativo, las exportaciones de aceituna de mesa (un 68 por ciento más), así como las de hortalizas y verduras congeladas (15 por ciento más). Además, por primera vez, se exportó fruta en conserva, concretamente 25.000 kilos, que compró íntegramente Alemania.



■ El delegado de Agricultura con conservas de un taller de empleo. /FHALMERIA



 **Smurfit Kappa**
España y Portugal

“Líder mundial en embalajes para el sector hortofrutícola”

PROMOCIÓN

Agrupaejido presenta la nueva campaña de SandiSTAR, con la que recorrerá todo el país

■ CIA

Agrupaejido ha lanzado su nueva temporada de fruta de primavera con sandía y melón como productos principales. Las previsiones apuntan que el volumen de comercialización estará en torno a los 20 millones de kilos, de los que 12 millones serán de melón y 8 millones de sandía. La mayor parte de la producción se comercializará en el mercado nacional, aunque un amplio porcentaje se destinará a exportación, siendo Holanda, Alemania, Reino Unido, Francia, Portugal o Italia los principales destinos. El objetivo en fruta de primavera es crecer y, además, se verá reforzado con la línea de ecológico que ya también trabaja sandía mini y melón galia.

El producto principal es la sandía negra sin pepitas SandiSTAR, que se ha presentado en sociedad en el Hotel Catedral de Almería. Al acto de 'puesta de largo' han asistido clientes, entre ellos, representantes del Grupo El Árbol, y representantes de medios de comunicación locales, regionales y nacionales. El evento ha contado con una degustación de platos elaborados por el chef Tony García en los que el ingrediente principal ha sido la sandía estrella de Agrupaejido. El

La empresa prevé comercializar esta primavera en torno a los 20 millones de kilos de fruta de temporada, de los que 12 se corresponderán con el melón y los ocho restantes con la sandía, la mayor parte con destino nacional, Holanda o Alemania



■ Momento de la presentación por parte de los responsables. /FHALMERIA

menú ha estado formado por un gazpacho de SandiSTAR, salmorejo de SandiSTAR con bacalao confitado, brocheta de SandiSTAR con ahumados, SandiSTAR a la plancha con queso fresco, SandiSTAR natural y Gin Tonic de SandiSTAR.

Durante la presentación, el director comercial de Agrupaejido Juan Cano, ha destacado "el gran trabajo que vienen realizando los agricultores para conseguir una sandía de la máxima calidad".

Cano ha explicado que "sólo con un gran producto se puede ganar la confianza de clientes y consumidores finales en tan corto espacio de tiempo". SandiSTAR vio la luz la pasada campaña y desde el primer momento se ha logrado posicionar entre las principales marcas de las 'sin pepitas'. Desde el Departamento Técnico de la comercializadora hortofrutícola, su responsable, María del Mar García, ha expuesto que "el se-



■ Uno de los platos elaborados con sandía por el chef Tony García. /FHALMERIA

creto del éxito está en un fruto de sabor intenso y tradicional, mucho dulzor y una textura crujiente que diferencian a esta sandía del resto".

Las cifras de comercialización de este producto se estima que crecerán un 30% este año, superando los 3,5 millones de kilos de SandiSTAR en los mercados. La salida al mercado de esta sandía viene acompañada por una ambiciosa campaña de promoción que permitirá a los

consumidores ganar 'Premios de Película'. Se van a sortear fines de semana para dos personas en el Resort de Lujo del Hotel Envía Almería Wellness & Golf y hasta semanas completas. Todas las sandías irán acompañadas de una etiqueta personalizada en la que se hará promoción de Almería como destino turístico. Además habrá acciones en los mercados de abastos de las principales provincias españolas, en Mercamadrid y Mercabarna.

PRESENCIA

La industria auxiliar de la agricultura sigue fiel a la cita de Campohermoso

■ R. V. A.

El hecho de que Expolevante sea una feria enfocada al agricultor almeriense y que, gracias a ello, cada dos años llene el Centro de Exposiciones y Congresos de Campohermoso la hace muy atractiva para todas las empresas que tienen que ver con el sector agrario. Es por ello que en la presente edición no va a faltar un nutrido grupo de empresas pertenecientes a la industria au-

xiliar de la agricultura de la provincia.

Expolevante es, para estas empresas, un escaparate único de sus productos. Así, entre otros muchos, a la cita con los agricultores de Níjar no han querido faltar Carretillas Amate, Fibredust, Ingro Maquinaria S.L. o Tecnoponiente.

En definitiva, como han explicado desde el Ayuntamiento de Níjar, "Expolevante-Níjar y NíjarCaza 2014 son cuatro inten-

tos días repletos de convocatorias ineludibles para profesionales del sector, pero también atractivos para público en general".

Acudir a Expolevante es conocer de primera mano todas las novedades que hay a disposición de los agricultores. En este campo, como no podía ser de otra manera, la industria auxiliar siempre está a la vanguardia, ya que no repara en gastos en investigación, innovación y desarrollo para el campo.



■ Maquinaria agrícola en la pasada edición de Expolevante. /FHALMERIA

NOVEDAD

Saptec Agro reafirma su apuesta por la sanidad vegetal

Los agricultores almerienses cuentan, con la llegada de la empresa a Almería, con más posibilidades para el cuidado de sus cultivos

■ Rafa Villegas

Saptec Agro, empresa con muchos años de experiencia en el territorio nacional y presente en Almería desde hace más de 15 años, fue conocida especialmente por productos como el Didilone que fueron un referente en la agricultura. En la actualidad presenta un amplio catálogo de productos de soluciones fitosanitarias y nutricionales para la protección de los cultivos de la agricultura española. Durante la celebración de la feria Expolevan-



■ Imagen con uno de los eslogan de Saptec Agro. /FHALMERIA

te - Níjar, Saptec Agro lleva a cabo una original acción promocional con el lema: 'Saptec Agro, cuida de la salud de tus cultivos', en la cual distribuirá gratuitamente unos refrescantes 'smoothies' (mezcla de zumos naturales) con propiedades: vigorizantes, nutritivas y bioestimulantes, con el fin de destacar la importancia de la nutrición, también en la salud de los cultivos.

Saptec Agro, con sede en la localidad valenciana de Paterna, fabrica sus propias formulaciones de fitosanitarios y nutricionales de alta calidad y se caracteriza por ofertar productos y servicios promoviendo adecuadas prácticas de seguridad, de protección medioambiental y del aplicador, siempre siguiendo la línea de la Re-

glamentación de la Unión Europea.

Así, la empresa Saptec Agro se consolida como compañía líder en el mercado de 'Productos de especialidad', ofreciendo soluciones eficaces a los problemas de los agricultores, siempre manteniéndose como una compañía dinámica que se adapta a los cambios en el sector y evoluciona con él.

Grupo Saptec, empresa familiar que se fundó en 1926, es el origen de Saptec Agro.

Actualmente, el Grupo Saptec ocupa una posición de liderazgo a nivel ibérico entre las compañías de fitosanitarios, fruto de una fuerte posición en el mercado español y portugués.

Saptec Agro invita a todos los agricultores de la provincia a que acudan al espacio expositor que han instalado en la feria Expolevante para degustar unos deliciosos 'smoothies' nutricionales, que con seguridad les aportarán energía y vigor durante toda la jornada.

SAPEC AGRO ESPAÑA

Cuida de la Salud de tus Cultivos

Visita nuestro stand en ExpoLevante 2014
Te invitamos a un delicioso Smoothie con propiedades **Vigorizantes, Nutritivas o Bioestimulantes**

Conoce nuestros **Fitosanitarios y Nutricionales**

www.saptecagro.es

SIPCAM IBERIA

‘Cultivo Zero’, el camino hacia la producción hortícola de vanguardia

Este concepto se lanza como imagen del tipo de agricultura moderna con productos mucho más innovadores y sostenibles

■ CIA

Sipcam Iberia ha lanzado el concepto ‘Cultivo Zero’ como imagen del tipo de agricultura moderna a la que se aspira y se identifica con los productos más innovadores y sostenibles para la horticultura de vanguardia, que contribuyan a cumplir las expectativas de consumidores y productores. La idea ‘Cultivo Zero’ representa ‘Cero resistencias’ al no haber resistencias cruzadas con otros ingredientes activos utilizados, y ‘Cero imitaciones’ al ser productos con innovación tecnológica sin competen-



■ ‘Cultivo Zero’ es la marca de calidad de Sipcam Iberia. /FHALMERIA

cia. En este sentido, ‘Cultivo Zero’ es la marca de calidad de Sipcam Iberia para sus productores más innovadores, además de ser una idea “comercialmente atractiva y aprovechable” para el productor hortícola, ya que le permite ajustarse mejor a las necesidades del sec-

tor y a las demandas de los clientes finales y de la distribución alimentaria.

Los productos ‘Cultivo Zero’ se caracterizan por la disipación rápida de sus residuos o por estar exentos del límite máximo de residuos. ALIGN y ELIO son productos de

la gama ‘Cultivo Zero’. Además, otras ventajas de estos productos son los mínimos efectos secundarios sobre la fauna auxiliar y los polinizadores, permitiendo un máximo aprovechamiento del control biológico. De hecho, para ello, Sipcam Iberia lleva a cabo estudios de efectos secundarios sobre los principales enemigos naturales actualmente utilizados en el campo. Asimismo, también son beneficiosos para el aplicador, ya que son mínimos los riesgos de exposición para el mismo.

Y es que, en los últimos años se ha producido una mayor concienciación entre la sociedad de la necesidad de respeto al medio ambiente. Ello, junto a las nuevas tecnologías de producción agrícola, han conseguido que el sector productor agrario se modernice y produzca unos elevados niveles de calidad y

de cuidado con el entorno que rodea a la horticultura intensiva.

JORNADAS

Para potenciar el ‘Cultivo Zero’, durante la celebración de Expolevante, Sipcam Iberia va a ofrecer una jornada técnica, el 9 de mayo a las 11.00 horas, en la que se tratarán temas relacionados con el ‘Cultivo Zero’, como por ejemplo, ponencias técnicas en tomate protegido. Asimismo se hablará sobre ALIGN, posicionamiento técnico basado en la compatibilidad con Nesidiocoris tenuis en tomate, el ELIO como nuevo antioídico de una nueva familia química o la evaluación de la eficacia de un nuevo producto ELIO para el control de oídio en tomate. Asimismo, tras la jornada se entregarán los premios de las campañas Blackjak y Align - Krisant de Sipcam Iberia 2013/2014. Igualmente, con motivo de la celebración de Expolevante, Sipcam Iberia ha preparado una actividad en la zona del globo ‘Cultivo Zero Sipcam’, frente al recinto ferial, que permitirá la posibilidad de subir en globo y sacar una foto aérea espectacular.

BALANCE DE TODO UN AÑO

ASAJA se lleva su Asamblea General Ordinaria al recinto de Campohermoso

La organización agraria prevé reunir a sus socios el sábado, 10 de mayo, a partir de las 11:00 horas en el marco de la feria nijareña

■ I. Fernández

ASAJA-Almería ha querido hacer coincidir su Asamblea General Ordinaria con la nueva edición de Expolevante y, de hecho, la feria ha sido el marco elegido para reunir a sus socios y analizar, entre otras cuestiones, el último año en la organización. En este sentido, Francisco Vargas, presidente de ASAJA-Almería, ha afirmado que “hemos querido hacer coincidir este encuentro anual con nuestros asociados con un evento que está adquiriendo gran interés para los agricultores y los aficionados a la actividad cinegética”. Asimismo, ha continuado Vargas, “es una buena



■ La organización agraria renovó los cargos de su Comité Ejecutivo en 2013 y mantuvo a Vargas al frente. /FHALMERIA

oportunidad para conocer la feria y pasar el día con la familia”. El presidente de ASAJA en la provincia no ha querido dejar pasar la oportunidad de “agradecer a la organización y al Ayuntamiento de Nijar su disponibilidad para poder llevar

a cabo este acto” en el marco de un evento tan importante para la provincia.

De este modo, el sábado, 10 de mayo, a partir de las 11:00 horas, el recinto de Campohermoso acogerá la Asamblea General Ordina-

ria de ASAJA-Almería, un encuentro en el que se abordarán, además del último año de la organización, cuestiones como las negociaciones de la reforma de la PAC, los acuerdos con países terceros o la higiene rural.

UN AÑO MÁS

Sotrafa vuelve a apostar por la feria para mostrar sus productos

■ I. F. G.

Sotrafa participa un año más en la feria y lo hace, cómo no, para mostrar todos sus productos a los más de 70.000 agricultores que se prevé que participen en la cita. En este sentido, y según han informado desde la empresa en su página web, Sotrafa estará presente en un evento que considera un “punto de encuentro obligado para los profesionales del sector”. Precisamente por ello, desde Sotrafa han querido invitar a todos los participantes a pasar por su stand, los números 101 y 102, donde podrán conocer además de los productos con los que hace años que cuentan en su catálogo, sus últimas novedades. Sotrafa es toda una referencia en el sector y, como no podía ser de otra manera, no ha querido perderse un evento que también lo es para el agricultor.

EN LOS DOS PRIMEROS MESES DEL AÑO

Almería vende a los mercados exteriores 586.376 Tm de productos agroalimentarios

Esta cifra representa un incremento del 12,5 por ciento en comparación con el mismo periodo del año 2013, según EXTENDA

■ Elena Sánchez

El sector agroalimentario almeriense, en los dos primeros meses del año, ha vendido en el mercado exterior un total de 583.376 toneladas de productos, lo que representa un incremento del 12,5 por ciento en comparación con el mismo periodo del año anterior. Estas ventas se han realizado a través de más de 11.700 operaciones comerciales. Según datos elaborados por EXTENDA, por estas exportaciones, las entidades de la provincia han facturado casi 600



■ El pimiento ha sido el producto más exportado durante los dos primeros meses de 2014.

millones de euros, prácticamente un 7 por ciento más que entre enero y febrero de 2013. En total, en los dos primeros meses de 2014, se exportaron casi 559.337 toneladas de verduras, que alcanzaron un valor de 563,8 millones de euros.

Dentro de la provincia, las hortalizas frescas representan el 83 por ciento del valor de la balanza comercial de Almería, que se consolida como la principal exportadora española de verduras, con un 46,6 por ciento del total de las ven-

tas en el exterior, según subraya el delegado territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, José Manuel Ortiz. Como suele ocurrir en los primeros meses del año, el pimiento es el producto más exportado por Almería. En total, se

han vendido pimientos valorados en casi 177 millones de euros, un 26 por ciento del total. El segundo es el tomate, con casi 163 millones de euros y una cuota provincial del 24 por ciento, y el tercero, el pepino. En cuarto lugar se encuentra el calabacín, seguido de la berenjena.

DESTINOS

En cuanto a los principales destinos de las hortalizas frescas de Almería, Alemania sigue estando en cabeza, ya que está incrementando incluso su cuota de compras: entre enero y febrero adquirió el 32,2 por ciento del total de las exportaciones de verduras de la provincia, cuando el año pasado supuso el 30,7 por ciento. El segundo mejor cliente de la provincia es Holanda, con un 14,5 por ciento, seguida de Francia y Reino Unido. Finalmente, cabe destacar que Rusia sigue siendo un destino modesto; no obstante, en los dos primeros meses del año, este mercado adquirió el 0,9 por ciento del total de las exportaciones de verduras de Almería.

Agroponiente

DE LA TIERRA A LA MESA

Desde hace más de un cuarto de siglo, Agroponiente trabaja día a día directamente con los más experimentados agricultores para producir las mejores hortalizas durante todo el año.

La calidad, la innovación, la total garantía de seguridad, el compromiso y el trabajo en equipo son las señas de identidad que han llevado a esta empresa a convertirse en uno de los símbolos de la salud en Europa, gracias a sus productos y profesionales.

SALUD TOTAL

Agroponiente
 Polígono La Redonda
 Telf. 950 583 002 · Fax 950 580 943
 www.agroponiente.es
 agroponiente@agroponiente.es

FRUTILADOS Y ANCOS

Colaboran en los ensayos previos al desarrollo de la planta de gestión de residuos agrícolas

■ Elena Sánchez

Frutilados del Poniente y la Asociación Nacional de Criaderos de Ovino Segureño (ANCOS) han firmado un convenio gracias al cual se podrán llevar a cabo los ensayos previos necesarios para la puesta en marcha de la futura planta de gestión de excedentes agrícolas con la que contará la provincia de Almería. En este sentido, el alcalde de El Ejido, Francisco Góngora, y el concejal de Agricultura y Medio Ambiente, Manuel Gómez, han visitado las instalaciones de ANCOS ubicada en Huéscar y donde se realizan los ensayos de alimentación. Allí han podido comprobar que disponen de todo lo necesario para la realización de las pruebas y ajustes de parámetros que serán fundamentales para el buen funcionamiento de la futura planta en El Ejido.

Según ha comentado Francisco Góngora, “se trata de un proyecto ambicioso para nuestra provincia y que nos va a permitir gestionar los excedentes de producción procedentes de los centros de manipulado ofreciendo, a su vez, una alternativa viable y rentable al problema que actualmente existe con este tipo de restos vegetales”. Y es que, para el alcalde ejidense, desde el primer día de gobierno, “no hemos du-

El Ayuntamiento de El Ejido ha visitado, en Huéscar, las instalaciones de ANCOS que disponen de todo lo necesario para la realización de las pruebas y ajustes de parámetros que serán necesarios para el buen funcionamiento de la futura planta ejidense



■ Momento de la firma del convenio entre Frutilados del Poniente y ANCOS. /FHALMERIA

dado en trabajar con todo nuestro esfuerzo en esta iniciativa, puesto que representa un compromiso también del Consistorio con los agricultores, las empresas e incluso con la industria auxiliar a la hora de trabajar para garantizar la sostenibilidad de nuestra agricultura”.

Asimismo, Góngora no ha dejado pasar la oportunidad de recordar que “la puesta en marcha de este proyecto supondrá un antes y un después en la agricultura almeriense”,

Necesidad de implicación y compromiso de todas las administraciones competentes

Al alcalde de El Ejido, Francisco Góngora, ha recordado la necesidad de contar con “la implicación y el compromiso de todas las administraciones competentes, con la finalidad de que los

restos vegetales que generan nuestros invernaderos y centrales de manipulado no sigan siendo un problema gracias a una gestión eficiente y eficaz de los mismos”.

al tiempo que ha manifestado su “orgullo” de que El Ejido sea quien “haya liderado en todo momento esta iniciativa pionera, que representa el proyecto agrícola que mayor número de empresas reúne en la provincia”. Sin duda, esta acción es “el primer paso hacia la solución definitiva del problema del tratamiento de los restos vegetales que genera nuestra agricultura y la transformación de los desechos en alimento para el ganado”.

TRATAMIENTO RESIDUOS AGRÍCOLAS

El alcalde de Níjar visita las instalaciones de Albaida en la zona

■ E. S. G.

El alcalde de Níjar, Antonio Jesús Rodríguez, ha visitado, junto al concejal de Agricultura, José Requena, y el concejal de Urbanismo, Rafael Salvador, las instalaciones de la planta Albaida, para comprobar el proceso de reciclado que allí se realiza. Asimismo, han tenido la ocasión de conocer las últimas adaptaciones que se han realizado en el lugar, como la impermeabilización del suelo de la parte

de acopio de los residuos vegetales, con el fin de adaptarse a la nueva normativa y evitando la contaminación del subsuelo.

El proceso que se realiza en Albaida se basa en la elaboración de compostaje con los residuos vegetales del campo nijareño. Ahora, además, han añadido una parte de elaboración de vermicompostaje a través de humus de lombriz. Éste se produce de la digestión de materiales orgánicos por parte de las lombrices y posee altas propieda-

des como la permeabilidad, la retención de humedad o el intercambio catiónico.

De hecho, se trata de una biotecnología basada en la cría de lombrices para la producción de humus a partir de un sustrato orgánico. Es un proceso de descomposición natural, en el que el material orgánico, además de ser atacado por los microorganismos existentes en el medio natural, también lo es por el complejo sistema digestivo de la lombriz.



■ Representantes del Ayuntamiento de Níjar en Albaida. /FHALMERIA

UNA RETIRADA RÁPIDA Y SENCILLA

Cicloagro recicla más de 12.000 toneladas de plásticos en Almería durante 2013

Esta asociación sin ánimo de lucro, impulsada por los fabricantes de plásticos agrícolas, recogió un total de 29.616 toneladas

■ CIA

Según las cifras facilitadas por Cicloagro, el único Sistema Integrado de Gestión (SIG) autorizado por la Junta de Andalucía para la recogida y tratamiento de plásticos agrícolas no envases, durante 2013, Almería acaparó el 41% de todos los plásticos reciclados en Andalucía, con un total de 12.050 toneladas en el año.

Los plásticos utilizados en los invernaderos, tanto los filmes de cubiertas como acolchamientos, ramales de riego, manta, malla, etc. aportan soluciones al agricultor, pero pueden ser un problema cuando se



■ Plásticos agrícolas. /FHALMERIA

convierten en residuos si no son retirados y tratados convenientemente por gestores autorizados y acre-

ditados por un SIG. Almería y su zona de invernaderos, popularmente conocida como 'Mar de plástico',

es una de las zonas de mayor concentración de plásticos (61% de Andalucía).

Los productores de plásticos, sensibilizados con el tema, han creado Cicloagro, el único Sistema Integrado de Gestión autorizado por la Junta de Andalucía para la recogida y tratamiento de plásticos agrícolas que no sean envases.

Precisamente es la Junta de Andalucía la única que ha regulado por Ley la recogida y gestión de estos residuos y, a raíz de ello, se ha creado Cicloagro, que es una asociación sin ánimo de lucro impulsada por los fabricantes de plásticos agrícolas. Según los datos facilitados por esta Asociación, en 2013, ya se han recogido un total de 29.616 toneladas, que suponen el 76,45% del total del mercado. De ellas, Almería ha reciclado nada menos que 12.050 toneladas de plásticos agrícolas, de las cuales

11.000 corresponden a cubierta de invernadero y 1.050 a plástico fino.

VENTAJAS

Los agricultores de Almería se están dando cuenta de que reciclar con un Sistema Integrado de Gestión como Cicloagro no sólo tiene la enorme ventaja de que se evitan problemas administrativos, cumpliendo perfectamente con la normativa de la Junta de Andalucía, sino que aporta ventajas a la hora de tramitar la retirada de plásticos de forma más rápida y sencilla, evitando complicaciones.

Cicloagro es el único que recoge todo tipo de plásticos, no sólo el de las cubiertas de los invernaderos como hacen generalmente otros, sino también el de los llamados plásticos finos (acolchamientos y otros), ramales de riego, manta, malla, etc. Además, Cicloagro retira en origen (van al invernadero a por el plástico) y pone a disposición del agricultor los llamados Centros de Transferencia Temporal para entregar el plástico sin coste alguno, siempre que vaya en unas determinadas condiciones de limpieza (según el tipo de filme) y separado por tipologías.

Con los residuos plásticos de tu invernadero.....

NO TE COMPLIQUES



- la **solución integral** para tus residuos plásticos agrícolas
- el **único Sistema AUTORIZADO** por la JUNTA de ANDALUCÍA
- el **único** que gestiona **TODOS** tus **PLÁSTICOS**: cubierta, acolchamiento, ramales de riego, manta y malla
- el **único** que te ofrece retirada en origen y pone a tu disposición Centros de Transferencia Temporal

FÁCIL – RÁPIDO – SEGURO

Solicita los servicios Cicloagro:

cicloagro@cicloplast.com

CICLOAGRO - tel 699 08 89 60



NUEVOS MERCADOS

Even Agro aterriza en Almería con un amplio catálogo de productos nutricionales

■ CIA

Esta empresa manchega se creó en 1999 y, desde entonces, no ha hecho más que innovar en soluciones para la agricultura

Even Agro S.L. acaba de llegar a la provincia de Almería y lo ha hecho con una amplia gama de productos nutricionales, indicados para los cultivos almerienses. Esta empresa se constituyó en 1999 con personal procedente del sector de la fabricación de fertilizantes que acumulaba experiencia y conocimientos para desarrollar productos nutricionales de calidad dirigidos a la agricultura del máximo desarrollo. Más tarde, y siguiendo su política de calidad, obtuvieron la certificación ISO 9001:2008 de fabricación de fertilizantes.

Para maximizar rendimientos y calidad, para minimizar costos de producción y para eliminar impactos ambientales, Even Agro S.L. ofrece fertilizantes para sus cultivos. La selección de productos y métodos de aplicación permite una fertilización optimizada, que se adecúa a los requerimientos de cultivos específicos y que cubre las necesidades técnicas de cada uno de los agricultores. Todos los productos son totalmente consumidos por las plantas de forma tal que no dejan residuos dañinos en el suelo. Las plantas absorben los productos de forma rápida y eficiente, logrando un óptimo desarrollo y mejorando su rendimiento.

El resultado, más de una década después, es una amplia gama de soluciones para los agricultores. En este sentido, Even Agro S.L. tiene ya en el mercado distintos productos especiales, así como ácidos húmicos y materias orgánicas (Even Húmicos 15% y 20% y Fulvi Even), aminoácidos y aminoácidos con microelementos, macro y micronutrientes y, por último, quelatos y correctores. Entre sus productos especiales, desde la empresa manchega han querido destacar Sun Root (enraizante), Sun Power (algas y glicina-betaína) y Sargazos (algas, aminoácidos y nutrientes).

También cuenta con productos especializados en la maduración y aumento de contenido de azúcar, correctores de carencias específicos (para B, Ca, Fe, Mn, Zn, etc.), combinados (Mn y Zn, Ca y B...) e inductores de la creación de autodefensas.



■ Logotipo de la empresa. /FHALMERIA



■ Vista de sus distintas instalaciones y productos. /FHALMERIA

Éstos son sólo algunos ejemplos de la amplia y variada gama de productos con los que Even Agro S.L. pretende implantarse en Almería, sin duda, una de las zonas agrícolas más importantes del país.

La empresa cuenta con instalaciones en Albacete, donde dispone de distintas naves de fabricación, envasado y almacenamiento, además de un laboratorio para el seguimiento y trazabilidad de sus productos, además de para garantizar un exhaustivo control de calidad y el mejor desarrollo de todos y cada uno de sus productos. Para más información: www.evenagro.com, info@evenagro.com, 967592935.

Torque, el producto 'estrella' de la empresa para esta campaña

Torque es la novedad de Even Agro S.L. en esta campaña. Se trata de un producto que combina la leonardita de mejor calidad con el yeso agrícola. Sus dosis son muy bajas respecto a otras materias orgánicas sólidas y su manejo muy sencillo, ya que el producto va granulado (podría aplicarse con una abonadora localizadora o

con una centrífuga y luego enterrar el producto). En comparación con los productos a base de leonardita en polvo, su manejo es mucho más fácil y si se compara con los pellets, los gránulos de Torke contienen la leonardita micronizada, de manera que su actividad surte efecto con mayor rapidez.

Este producto no está pensado simplemente para tener una acción inmediata de nutriente para el cultivo, sino que también está conferido para desbloquear los nutrientes que se encuentran de forma natural en el suelo y que están retenidos en él sin que la planta los pueda aprovechar.

Asimismo, mejora de manera sustancial las cualidades físicas, químicas y biológicas de los suelos, haciéndolos más fértiles y actuando a distintos

TORKE

MEJORADOR DE LA FERTILIDAD Y ESTRUCTURA DE LOS SUELOS

DESCRIPCIÓN

Torke aporta ácidos húmicos (procedentes de leonardita → fuente de materia orgánica), azufre y calcio. Actúa como fertilizante y como mejorador de suelos a nivel físico y químico, incrementando la capacidad de intercambio catiónico, mejorando la estructura del suelo, y aumentando la biodisponibilidad de nutrientes debido a su desbloqueo y produciendo un lavado de sales.

Torke puede aplicarse de forma localizada en la línea de siembra o plantación, aplicándolo cerca de los goteros. También se puede aplicar a voleo en el suelo con cualquier tipo de abonadora, enterrando luego el producto.

COMPOSICIÓN (p/p)

- Leonardita: 25%
 - Ácidos húmicos: 15%
 - Ácidos húmicos procedentes de leonardita americana: 15%
- Trióxido de Azufre (SO₃) total: 35%
- Óxido de calcio (CaO) total: 25%



BENEFICIOS DE SU USO

- Favorece la germinación de semillas y el enraizamiento.
- Ahorro de agua de riego.
- Mejora la fertilidad y la estructura del suelo.
- Proporciona calcio, azufre y ácidos húmicos.
- Corrector de suelos salinos.
- Mejora la cantidad y calidad de las cosechas evitando problemas como el tip burn y la peseta, al aportar calcio y azufre en forma directamente asimilable.
- Mejora la eficiencia de los abonados al aumentar la capacidad de intercambio catiónico de los suelos, desbloquear nutrientes y prevenir su lavado.
- Regula el pH de los suelos agrícolas, tanto de suelos alcalinos como ácidos.
- Favorece la actividad de los microorganismos edáficos.



Producto utilizable en Agricultura Ecológica conforme al Reglamento CE N° 834/2007



Teléfono: 967 59 29 35
info@evenagro.com

www.evenagro.com

¡SE BUSCAN DISTRIBUIDORES PARA LA ZONA DE ALMERÍA Y GRANADA!

ACTIVIDADES PREVIAS

NíjarCaza comenzó el sábado con una exhibición de perros de San Huberto

■ CIA

El pasado sábado, 3 de mayo, comenzó el programa de actividades de NíjarCaza 2014. Aunque la feria comienza intensamente hoy miércoles, 7 de mayo, hasta el día 10, durante todo el pasado fin de semana se desarrollaron algunos actos, como el que tuvo lugar el sábado, desde las ocho de la mañana. Así, se comenzó con una prueba de perros de San Huberto en la zona del campo de perros de la Sociedad de Cazadores 'Las Perdices'. En esta exhibición participaron 12 perros de distintos puntos de Andalucía y Murcia, a los que, a través de una prueba de caza práctica, se puntuó la obediencia y las condiciones del cazador.

El Perro de San Huberto es una raza canina originaria de Bélgica con el olfato más fino del planeta. Se ha documentado que son capaces de seguir un rastro de hasta quince días, gracias a la enorme sensibilidad de su olfato, causada por los pliegues internos de sus fosas nasales. Por esa razón, se usa como perro policía en labores de rastreo. Además, son perros de gran tamaño y fortaleza, aunque ágiles. Su cuerpo es más largo que alto, las arrugas en la

Aunque no es hasta hoy miércoles cuando, oficialmente, se dan por inaugurados ambos eventos, ya este fin de semana, en el marco de la feria de cinegética, se han desarrollado varios eventos para ir 'calentando' una cita ya ineludible para el sector



■ Un momento durante la celebración de la prueba. /FHALMERIA

cabeza y su papada son quizás uno de los rasgos más característicos, junto con la longitud de sus orejas colgantes. Los colores admitidos son el negro y fuego, marrón y fuego y el rojo en sus distintas tonalidades.

Ya el domingo, continuando con las actividades de NíjarCaza, tuvo lugar el XXII Campeonato Andaluz de Palomas a Brazo, que se desarrolló en el campo de tiro eventual, junto al Palacio de Exposiciones y Congresos de Camphermoso.

El campeonato, cuya inscripción ascendía a 50 euros y pudo formalizarse desde las 9 de la mañana, en el propio lugar donde se desarrolló la prueba, se realizó a diez pájaros y se repartió en dos canchas, dando comienzo a las 11:00 horas.

Además de ponerse en juego el título de Campeón de Andalucía de la modalidad, la prueba acogió una prueba combinada para tiradores y aficionados de la Comarca de Níjar y, al final, se entregaron premios en metálico por



■ Participante en la prueba. /FHALMERIA

un valor total de más de 1.750 euros.

Por otro lado, y mientras se desarrollaban esas primeras actividades en el marco de NíjarCaza, el alcalde de Níjar, Antonio Jesús Rodríguez, y el edil de Agricultura, José Requena, supervisaban el montaje de Expolevante. En este sentido, y tal y como apuntó el alcalde nijareño, es tal la expectación que ha despertado el evento entre los medios de la provincia que "una de las cuestiones logísticas que tenemos que

resolver es la ubicación de los medios de comunicación", ya que muchos de ellos han optado por hacer sus retransmisiones en directo.

Y es que, tal y como afirmó, "la feria no es sólo lo que se ve en la propia feria, no es sólo la imagen corporativa y los bonitos stands, sino que es mucho más". Según comentó Rodríguez, el evento genera "muchísima actividad económica y mucho trabajo" no sólo antes, sino también después de su celebración.

NUEVA TENDENCIA

Crece el tamaño de las explotaciones invernadas de la Comarca de Níjar

■ I. F. G.

El número de licencias de invernaderos en Níjar creció un 200% en 2013 con respecto al año anterior, debido, sobre todo, a que "las explotaciones son más grandes, de entre 5 y 10 hectáreas", según explicó José Requena, concejal de Agricultura del Ayuntamiento de Níjar. Requena añadió que, de hecho, "ya no se piden licencias para poca superficie", con lo cual dejó en-

trever que la comarca está viendo un cambio de tendencia, desde las tradicionales explotaciones familiares a otras mucho más grandes y que ya no están en manos de un solo agricultor, sino de varios o, en su caso, de empresas.

Tanto es así que, a finales del pasado año, el Consistorio nijareño anunció que una empresa estaba interesada en construir 37 hectáreas de invernadero en el municipio, para lo que preveía

invertir en torno a 5 millones de euros. Sobre este asunto, el edil nijareño comentó que "prácticamente todas las licencias ya están solicitadas, e incluso algunas ya están aprobadas". La empresa interesada en instalarse en Níjar, según comentó Requena, "es una empresa con sede en Mercabarna y que ha optado por venir al origen a cultivar sus propios productos". De ahí lo extenso de las explotaciones y la amplia inversión.



■ Vista general de invernaderos /FHALMERIA

PROGRAMACIÓN

La III edición de NíjarCaza, el mejor escenario para el sector de la cinegética

Exhibiciones de perros, concursos de mascotas o demostraciones de tiro al plato son las actividades preparadas para este año

■ Elena Sánchez

Del 7 al 10 de mayo se celebra la III edición de NíjarCaza, un evento que se afianza como un referente en el mundo de la cinegética en la provincia de Almería. De hecho, este año, se contará con un amplio abanico de actividades que demostrará los avances y las especies más características de este sector. El Levante almeriense, referente internacional por su entorno y riqueza, se va a convertir, por unos días, en el mejor escenario para disfrutar de exhi-



■ Exposición de aves rapaces.

biciones de perros, concursos de mascotas, demostraciones de tiro al plato, etc., con el fin de exponer el potencial nijareño para este tipo de turismo en auge.

Desde el Ayuntamiento de Níjar han dejado claro que esta nueva edición supone un ejemplo

más del apoyo que el Consistorio ofrece a la cinegética. Sin embargo, varios días antes de que comenzara la feria, el pasado 3 de mayo, se llevó a cabo una prueba de perros de San Huberto, desde las 8 de la mañana, en la zona de campeo de perros de

la sociedad de cazadores Las Perdices. Igualmente, el 4 de mayo, tuvo lugar el XXII Campeonato andaluz Palomas a brazo, en el campo de tiro eventual ubicado en el Paraje El Calvo.

OTRAS ACTIVIDADES

El primer día de feria, a partir de las once de la mañana, se va a realizar un desfile de rehalas en el boulevard de la Avenida de Las Negras. Ese mismo día, desde las siete de la tarde, habrá una prueba de trabajo de cachorros de Podenco (andaluces, ibizencos y canarios), en el recinto de pruebas.

El jueves, 8 de mayo, continuarán las actividades dentro del sector cinegético, en esta ocasión, a partir de las 11 de la mañana, cuando dé comienzo la exposición de rehalas y perros de

caza, con razas como Podenco, Bretón y Braco alemán; mientras que, a las 13:00 horas, en el recinto de pruebas, los más interesados podrán disfrutar de una exhibición de perros de la unidad canina para detección de cebos envenenados, organizada por la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía.

El 9 de mayo, lo más destacado será el concurso de mascotas de todas las razas, así como también la exhibición de cetrería, que se llevará a cabo en el recinto de pruebas. A última hora de la tarde, a las 19:00 horas, habrá una exhibición de perros de muestra, en el recinto exterior, y una exhibición de tiro al plato realizada por el campeón de España, Juan Valero Domínguez, en el campo de tiro eventual ubicado en el Paraje El Calvo.

Finalmente, el último día de NíjarCaza 2014, sábado 10 de mayo, se acogerá un espectáculo ecuestre frente al Centro de Exposiciones y Congresos de Campohermoso, a partir de las cinco de la tarde.

Saliplant

semilleros

EFICACIA & CONTROL

Calidad

Con una producción de más de 100 millones de plántulas al año distribuidas a nivel nacional e internacional, y más de 150 empleados dedicados a la obtención de la mejor plántula hortícola, en Semilleros Saliplant encontrará una empresa actual, ágil e innovadora.



HORTALIZAS



INJERTOS



PLANTA ORNAMENTAL

+34 958 62 33 76
www.saliplant.com

CARCHUNA · MOTRIL · ZAFARRAYA · CASTELL DE FERRO · EL MORCHE · PUNTALÓN · SANTA FE · ALBUÑOL

Programación Expolevante Níjar 2014 y Níjar Caza '14

Miércoles, 7 de mayo:

- 11:00 h.** Desfile de rehalas en el bulvar de la Avenida de Las Negras.
- 12:00 h.** Inauguración en el Centro de Exposiciones y Congresos de Campohermoso de Expolevante Níjar 2014 y NíjarCaza.
- 13:00 h.** Presentación de un nuevo producto de **Biosabor**: zumo de tomate con granada. Lugar: Stand de Biosabor.
- 13:30 h.** Presentación vídeo corporativo de **Cristalplant**. División Semillero. Lugar: Stand de Cristalplant.
- 17:00 h.** Presentación del **Colegio Oficial de Ingenieros Técnicos Agrícolas de Almería**: 'El registro oficial de productores y operadores de medios de defensa fitosanitarios (ROPO)'. A continuación, 'El asesor en la gestión integrada de plagas (GIP)'. Lugar: Sala de conferencias.
- 18:00 h.** Presentación **Biomip**: 'Control biológico de pulgones en cultivos hortícolas'. Lugar: Sala de conferencias.
- 19:00 h.** Presentación **GAIA Almería** (Asociación de Educadores Ambientales del municipio de Níjar). Lugar: Sala de conferencias.
- 21:00 h.** Cierre del recinto.

Jueves, 8 de mayo:

- 11:00 h.** Apertura del recinto.
- 11:00 h.** Jornada E.F.A. **Campomar**: 'El sector agrario en la provincia de Almería y la formación de futuros agricultores'. Ponente: José Francisco Valverde Guil, profesor de Formación Profesional Agraria del Centro E.F.A. Campomar, de Aguadulce, Almería. Sala de conferencias.
- 12:00 h.** Presentación de **JH Hydroponic Systems S.L.**: 'Problemática y soluciones de los drenajes en invernaderos'. Ponente: Juan Francisco Moreno Parra. Lugar: Sala de conferencias.
- 12:30 h.** Jornada de **Lida Plant Research** y **Suministros Agrícolas Céspedes**: 'Fitovacunas vegetales con registro fitosanitario'. Ponentes: José Ignacio Castillo y Miguel Sarrión. Lugar: Sala de conferencias.
- 13:00 h.** Exhibición de perros de la **Unidad Canina para Detección de Cebos Envenenados**. Lugar: Recinto de pruebas. Organiza: Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de Almería.
- 13:30 h.** Degustación de productos hortofrutícolas: Pimiento. Lugar: Ca-



Actividades que se repetirán durante los cuatro días

- 11:00 h.- 21:00 h.** Exposición de rehalas y perros de caza. Razas: Podenco (andaluz, maneto, ibicenco, oritos, canario), Bretón, Braco Alemán y Pointer. Lugar: Jaulas anexas al Centro de Exposiciones y Congresos.
- 18:00 h.** Exhibición de cetrería en el recinto de pruebas.
- 19:00 h.** Pruebas de trabajo de cachorros de podenco (andaluces, ibicencos y canarios). Las pruebas tendrán lugar en el Recinto de pruebas.
- 11:00 h.** Apertura del recinto.
- 11:00 h.** Jornada técnica **Sipcam Iberia**. Lugar: Sala de conferencias.
- 16:00 h.** Presentación de **Greening Ingeniería**: 'Mejora de la eficiencia energética en el regadío, aplicación de energía renovable mediante bombos solares de agua'. Lugar: Sala de conferencias.
- 17:00 h.** Charla de **Atlántica Agrícola**: 'Extractos vegetales, una alternativa frente a los plaguicidas'. Lugar: Sala de conferencias.
- 18:00 h.** Presentación **Biomip**: 'Tribon: nueva solución para la salud de los cultivos hortícolas'. Lugar: Sala de conferencias.
- 19:00 h.** Presentación de **Tubocas**: 'La biomasa como fuente de calefacción en los invernaderos'. Lugar: Sala de conferencias.
- 21:00 h.** Cierre del recinto.
- 11:00 h.** Apertura del recinto.
- 11:00 h.** Jornada técnica **Sipcam Iberia**. Lugar: Sala de conferencias.
- 16:00 h.** Presentación de **Greening Ingeniería**: 'Mejora de la eficiencia energética en el regadío, aplicación de energía renovable mediante bombos solares de agua'. Lugar: Sala de conferencias.
- 17:00 h.** Charla de **Atlántica Agrícola**: 'Extractos vegetales, una alternativa frente a los plaguicidas'. Lugar: Sala de conferencias.
- 18:00 h.** Presentación **Biomip**: 'Tribon: nueva solución para la salud de los cultivos hortícolas'. Lugar: Sala de conferencias.
- 19:00 h.** Presentación de **Tubocas**: 'La biomasa como fuente de calefacción en los invernaderos'. Lugar: Sala de conferencias.
- 21:00 h.** Cierre del recinto.
- 11:00 h.** Apertura del recinto.
- 11:00 h.** Jornada E.F.A. **Campomar**: 'El sector agrario en la provincia de Almería y la formación de futuros agricultores'. Ponente: José Francisco Valverde Guil, profesor de Formación Profesional Agraria del Centro E.F.A. Campomar, de Aguadulce, Almería. Sala de conferencias.
- 12:00 h.** Presentación de **JH Hydroponic Systems S.L.**: 'Problemática y soluciones de los drenajes en invernaderos'. Ponente: Juan Francisco Moreno Parra. Lugar: Sala de conferencias.
- 12:30 h.** Jornada de **Lida Plant Research** y **Suministros Agrícolas Céspedes**: 'Fitovacunas vegetales con registro fitosanitario'. Ponentes: José Ignacio Castillo y Miguel Sarrión. Lugar: Sala de conferencias.
- 13:00 h.** Exhibición de perros de la **Unidad Canina para Detección de Cebos Envenenados**. Lugar: Recinto de pruebas. Organiza: Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de Almería.
- 13:30 h.** Degustación de productos hortofrutícolas: Pimiento. Lugar: Ca-

Viernes, 9 de mayo:

- 11:00 h.** Apertura del recinto.
- 11:00 h.** Jornada técnica **Sipcam Iberia**. Lugar: Sala de conferencias.
- 16:00 h.** Presentación de **Greening Ingeniería**: 'Mejora de la eficiencia energética en el regadío, aplicación de energía renovable mediante bombos solares de agua'. Lugar: Sala de conferencias.
- 17:00 h.** Charla de **Atlántica Agrícola**: 'Extractos vegetales, una alternativa frente a los plaguicidas'. Lugar: Sala de conferencias.
- 18:00 h.** Presentación **Biomip**: 'Tribon: nueva solución para la salud de los cultivos hortícolas'. Lugar: Sala de conferencias.
- 19:00 h.** Presentación de **Tubocas**: 'La biomasa como fuente de calefacción en los invernaderos'. Lugar: Sala de conferencias.
- 21:00 h.** Cierre del recinto.

Sábado, 10 de mayo:

- 07:00 h.** Exhibición de perros podencos (ibicenco, canario y andaluz) en la zona de campeo de perros de la Sociedad de Cazadores 'Las Perdices' (junto a la planta de residuos Al-baida).
- 09:00 h.** Visita guiada por fincas ecológicas del término municipal de Níjar. Organiza: Ecovalia.
- 11:00 h.** Apertura del recinto.
- 12:00 h.** Desfile de rehalas en el bulvar de la Avenida de Las Negras.
- 13:00 h.** Exhibición de tiro al plato del campeón de España, Juan Valero Domínguez. Lugar: Campo de tiro eventual. Paraje El Calvo (en exterior).
- 11:00 h.** Asamblea general de **ASAJA Almería**. En la sala de conferencias.
- 13:30 h.** Degustación de productos hortofrutícolas: Huerta nijareña. Lugar: Cafetería.
- 17:00 h.** Presentación del **Colegio Oficial de Ingenieros Técnicos Agrícolas de Almería**: 'Características técnicas exigibles a las mallas de protección de cultivos'. Lugar: Sala de conferencias.
- 17:00 h.** Espectáculo ecuestre. Lugar: Frente al Centro de Exposiciones y Congresos.
- 17:30 h.** Presentación de **Greening Ingeniería**: 'Mejora de la eficiencia energética en el regadío, aplicación de energía renovable mediante bombos solares de agua'. Lugar: Sala de conferencias.
- 21:00 h.** Clausura de la feria.



Desde 1994 lo que en un tiempo era un proyecto hoy es una realidad. Hemos conseguido hacer de esta empresa una de las más importantes y relevantes

Europa en exportación de frutas y hortalizas. Toda esta evolución es el fruto del esfuerzo por mantener nuestro bien más preciado: LA CALIDAD

AGROIRIS

EL EJIDO: Ctra. Almerimar, s/n. Telf. 950 57 04 75 Fax 950 48 12 61

ADRA: Puente del Río. Ctra. Nacional 340, km. 3,92 Telf. 950 56 85 87

Creciendo día a día

Dohkko (502103)

El poder de la adaptación

El nuevo portainjertos de Syngenta que equilibra tu cultivo



syngenta®



Portainjertos de Syngenta y tú
LA COMBINACIÓN GANADORA

TM

Noticias

IRPF

El Gobierno aprueba una rebaja fiscal que el sector considera “insuficiente”



Los agricultores afectados por el granizo del pasado 20 de noviembre en El Ejido podrán aplicarse un módulo reducido del 0,09. /FHALMERIA

El Ejecutivo ha tenido en cuenta la granizada en El Ejido y la incidencia del virus Nueva Delhi en el calabacín para aprobar el texto

■ Isabel Fernández

El Gobierno publicó el pasado 16 de abril una rebaja fiscal que las organizaciones agrarias de la provincia consideran “insuficiente”. Según la Orden recogida en el Boletín Oficial del Estado (BOE), en el caso de Almería, se podrán beneficiar de esta rebaja fiscal los agricultores hortícolas del término municipal de El Ejido, así como los productores de calabacín y espárrago de toda la provincia, los productores de almendro y los de cítricos de Cuevas del Almanzora, Huércal-Overa, Los Gallardos, Pulpí y Zurgena. Para esta rebaja fiscal aprobada por el Ejecutivo se han tenido en cuenta las circunstancias excepcionales que han afectado a los cultivos y que, en el caso de la provincia, fueron, por un lado, las condi-

ciones climatológicas, como por ejemplo la fuerte granizada del pasado 20 de noviembre sobre el municipio de El Ejido, y, por otro, la incidencia del virus Nueva Delhi en las producciones de calabacín.

En este sentido, el Gobierno ha fijado en el 0,09 el módulo para los productores de El Ejido, mientras que, en el caso de los agricultores de calabacín y espárrago, éste se ha fijado en 0,18. Para los productores de cítricos de los municipios

de Cuevas del Almanzora, Huércal-Overa, Los Gallardos, Pulpí y Zurgena, el módulo para la estimación directa del IRPF se ha reducido del 0,26 al 0,18, al igual que en el caso del almendro.

Nada más conocerse la publicación de esta Orden, las reacciones no se hicieron esperar. Con mayor o menor dureza, lo cierto es que tanto COAG como ASAJA en Almería consideran “insuficiente” la rebaja aprobada. De este modo, An-

drés Góngora, secretario provincial de COAG, tildó de “chapuza” la rebaja para los productores de la provincia, en primer lugar, “porque excluye a sectores como la ganadería y la apicultura, que sufren una grave sequía y un incremento de sus costes de producción” y, en segundo lugar, porque también excluye al sector hortícola, a excepción de los agricultores ejidenses. En el caso del almendro, Góngora insistió en lo “insuficiente” de la

Los agricultores de El Ejido se ahorrarán 30 millones de euros

El Ayuntamiento de El Ejido ha cifrado en unos 30 millones de euros el dinero que los productores del municipio se ahorrarán gracias a la rebaja fiscal aprobada por el Gobierno. Precisamente por ello, su alcalde, Francisco Góngora, quiso mostrar su “satisfacción” por la que, según dijo, es “una extraordinaria noticia para nuestros agricultores”. El regidor ejidense explicó que, de media, y para una explotación tipo de una hectárea y media, esta medida va a suponer un ahorro de en torno a los 5.000 euros.

rebaja y echó en falta que, en la reducción para los cítricos, no se hayan incluido municipios como Antas o los del Bajo Andarax.

Por su parte, desde ASAJA-Almería, quisieron valorar la Orden que, según explicaron, “afecta al 50% de los agricultores de hortícolas de Almería -el 40% tiene la explotación en el municipio de El Ejido y el 10% restante cultiva calabacín-, al 100% de los productores de almendro y de espárrago, así como al 50% de los productores de cítricos”. Sin embargo, lamentaron que “se quedan fuera de esta rebaja fiscal el 50% de los productores de hortícolas y de cítricos de la provincia, el 100% de los productores de olivar y el 100% de los ganaderos de carne y ovino caprino de leche”. Sólo los ganaderos de bobino de leche tendrá rebaja fiscal.

Este descontento generalizado ha hecho que tanto una como otra organización agraria se pusieran inmediatamente en contacto con el Gobierno para que, a través del sistema de corrección de errores, se subsanen los “agravios cometidos”.

Diputación y los ayuntamientos apoyan una ampliación de la rebaja

En el último pleno de la Diputación Provincial, todos los partidos representados (PP, PSOE e IU) consensuaron un texto en el que, en líneas generales, instan al Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas a ampliar la rebaja fiscal ya aprobada a los municipios hortícolas que

se han quedado fuera y las hortalizas, a excepción del calabacín, que, de momento, tampoco gozan de ella. Del mismo modo, la Institución provincial ha pedido que el módulo reducido del calabacín pase del 0,18 actual al 0,09, la misma cifra que piden para los cítricos, el oli-

var, la vid y el cereal, cultivos afectados por las heladas de principios de 2013 y por la sequía posterior, y para los ganaderos y apicultores.

Por su parte, los ayuntamientos de Níjar y Vívar han respaldado una moción de COAG en la que se pide que, de forma urgente, se publique una corrección de errores que palie las diferencias que deja la actual rebaja fiscal en la provincia.

JORNADAS

Campoejido muestra sus nuevas instalaciones a socios y clientes



■ Campoejido ha presentado sus 36.000 metros cuadrados de instalaciones. /FHALMERIA

Semillero Campoejido celebró a finales de abril unas jornadas de puertas abiertas para mostrar a socios y clientes el resultado de la remodelación de sus instalaciones para cultivar plantas. Son 36.000 metros cuadrados de invernadero, perfectamente adecuados para la siembra y cultivo de 13 millones de plántulas para su posterior trasplante en inver-

nadero. La profunda remodelación ha alcanzado también a los sistemas de riego, ventilación, calefacción, planta de sembrado, cámaras de refrigeración y germinación.

Tras el acto de presentación, dirigido por su presidente Cristóbal Martín, los asistentes tuvieron la oportunidad de disfrutar de un catering al que asistieron unos 500 socios y clientes.



■ Berenjenas para la nueva cosecha. /FHALMERIA



■ Planta de berenjena para trasplantar. /FHALMERIA



■ Moderno sistema de riego. /FHALMERIA



■ Las instalaciones cuentan con alta tecnología. /FHALMERIA



■ El concejal de Agricultura de El Ejido, Manuel Gómez, junto al presidente de Campoejido, Cristóbal Martín, y amigos.



■ Tras la visita por las nuevas instalaciones se ofreció un pequeño catering a los asistentes.

LOS DÍAS 29 Y 30 DE MAYO

Almería acoge un congreso internacional sobre los modelos de agricultura familiar

El evento se va a desarrollar en diferentes dependencias de la Universidad de Almería, que es una de las organizadoras del mismo

■ Rafa Villegas

La Universidad de Almería (UAL) acogerá, los días 29 y 30 de mayo, un importante congreso internacional que pretende poner en relieve el modelo agrícola familiar de la provincia y compararlo con los existentes en diferentes partes del mundo. A la cita ya han confirmado su presencia ponentes de Estados Unidos, Canadá, la Comisión Europea y, entre otros, miembros del Foro Rural Mundial.

Esta iniciativa, cuya organización corre a cargo de la UAL, Cajamar, APROA, COEXPHAL, la Asociación Española de Economía Agraria, la Cátedra Cajamar-UAL de Economía y Agroalimentación, además de la Cátedra COEXPHAL-UAL de Horticultura, surge a raíz de la declaración, por parte de la ONU, de 2014 como Año Internacional de la Agricultura Familiar (AIAF).

Los organizadores cuentan con el apoyo de numerosas empresas de vital importancia para el sector agrícola almeriense, como son Agroiris, Murgiverde, Vicasol, Campojido, Agroponente, Cualin Quality, CASI y Unica Group.

La presentación del congreso a la prensa tuvo lugar el día 4 de abril, en el Edificio de Las Mariposas de Cajamar, en pleno centro de la capital. Los encargados de adelantar las primeras líneas generales del evento han sido Emilio Galdeano, profesor de la UAL, Roberto García Torrente, director de Innovación Agroalimentaria de Cajamar Caja Rural, así como Javier de las Nieves, vicerrector de Investigación, Desarrollo e Innovación de la UAL, y Juan Colomina, gerente de COEXPHAL.

Emilio Galdeano ha explicado que es necesario “reconocer que las familias en el sector son la columna vertebral de nuestro modelo agrícola”. El profesor universitario ha asegurado que el congreso es una



■ Foto de familia de los representantes de la organización y de las empresas del sector agrícola almeriense que colaboran. /FHALMERIA



■ Momento de la rueda de prensa en el Edificio de Las Mariposas de Cajamar. /FHALMERIA

buena oportunidad para “ponerlo de relieve y conocer lo que se está haciendo en otros países” donde, por ejemplo, “existe una visión más local y unos canales de comercialización más cortos”.

Además, los organizadores del congreso van a poner en funcionamiento una página web, que se conectará con la existente ya en el ám-

bito internacional, en la que, como ha explicado Galdeano, “se incorporarán las conclusiones del congreso y de distintos países”.

Roberto García Torrente, por su parte, ha explicado que, con motivo de la declaración de 2014 como Año Internacional de la Agricultura Familiar, Cajamar ha intensificado sus campañas de financiación

específica para las familias, en aspectos tan necesarios como la modernización de explotaciones. García Torrente ha asegurado, además, que se está “prestando especial atención a las mujeres y a los jóvenes rurales”.

El director de Innovación Agroalimentaria de Cajamar Caja Rural se ha mostrado convencido de

que “la agricultura almeriense va a seguir siendo familiar” y ha reconocido sentirse “ilusionado al ver cómo los jóvenes vuelven a ver a la agricultura como una actividad moderna y de futuro”.

Por otra parte, Javier de las Nieves ha hecho hincapié en cómo la UAL “apoya el modelo agrícola familiar, así como el trabajo de personas y empresas de nuestro entorno, aportando conocimiento y difundiendo el modelo”. De las Nieves ha recordado que el control biológico de plagas no habría sido una realidad “sin el trabajo de investigación, de muchos años, que han llevado la UAL y el Instituto de Formación Agraria y Pesquera (IFAPA) de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural”.

El evento tendrá lugar, concretamente, el primer día en la Sala de Conferencias de Ciencias de la Salud y el segundo en el Paraninfo, ambos en la UAL, donde las empresas colaboradoras aportarán sus experiencias con sus afiliados y socios y tendrán lugar las distintas ponencias, así como mesas redondas, donde se expondrán las conclusiones.

EN VIATOR

TECNOVA presenta su Centro Experimental de Investigaciones Agronómicas para el sector

Se trata de un centro de referencia internacional constituido por 12 hectáreas de terreno, donde se exponen las técnicas de cultivo, ensayos agronómicos y tecnológicos más innovadores para el agricultor y las empresas del sector hortofrutícola

■ Elena Sánchez

El Centro Tecnológico de la Industria Auxiliar de la Agricultura TECNOVA ha presentado oficialmente su Centro Experimental de Investigaciones Agronómicas ubicado en Viator. De hecho, este centro es de referencia internacional y está constituido por 12 hectáreas de terreno, en las que se exponen las técnicas de cultivo, ensayos agronómicos y tecnológicos más innovadores para el agricultor y las empresas de que giran en torno a la industria auxiliar de la agricultura, la postcosecha y el envasado que, posteriormente, llegarán a mercado.

Este centro es un modelo exportable a todas las regiones del mundo y, a su vez, una oportunidad para empresas de fuera que quieran probar su tecnología e incorporar elementos y mejoras para el sureste español. Para TECNOVA se trata de un modelo integrador con visión de futuro y líneas novedosas de investigación en torno a la acuaponía, microalgas, uso de energías limpias o renovables, como la minieólica, geotermia y solar-fotovoltaica. Uno de los objetivos claro que se ha marcado este Centro Experi-



■ Tras una visita guiada por las instalaciones se procedió al descubrimiento de la placa de inauguración del centro. /FHALMERIA

mental de Investigaciones Agronómicas es la optimización y el aprovechamiento de los recursos, tanto hídricos como de insumos agrícolas, así como sus residuos, haciendo más rentable y productivo el cultivo bajo plástico, que ha-

cen del centro un referente en sostenibilidad agrícola.

JORNADA Y VISITA

Durante la jornada, se organizó un programa de visitas guiadas por los técnicos e investigadores de TEC-

NOVA, y en el que participaron técnicos de campo, comercializadoras, agricultores, empresarios, centros de investigación, entidades financieras y patronos y colaboradores. Así, tras finalizar el recorrido, se procedió al descubrimiento

de la placa de inauguración del centro y, posteriormente, Mari Carmen Galera, gerente de TECNOVA, dedicó unas palabras a los asistentes para agradecer su presencia, destacando la apuesta firme e implicación de las empresas del sector como impulsoras del proyecto y por promover la innovación aplicada en los cultivos bajo plástico. Seguidamente, Galera cedió la palabra al presidente de TECNOVA, Emilio Martínez, quien destacó el valor del Centro Experimental como ejemplo de investigación y sostenibilidad al servicio de la agricultura intensiva, haciendo hincapié en la tecnología aplicada en las diferentes estructuras invernadas que alberga el centro.

OTRAS CARACTERÍSTICAS

La ventaja competitiva del centro es su diseño tecnológico e innovador, pues alberga todo el conjunto de desarrollos tecnológicos y experimentales aplicados en la agricultura intensiva, donde se evalúan y realizan ensayos agronómicos y de investigación para y con las empresas, así como formación práctica a la carta en cuanto a técnicas de cultivo, sustratos, fertilizantes, etc., misiones tecnológicas y visitas comerciales, entre otros, con el fin de transferir tecnología y conocimiento al sector empresarial.

UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

Presenta el Máster Oficial en Horticultura Mediterránea Bajo Invernadero

■ E. S. G.

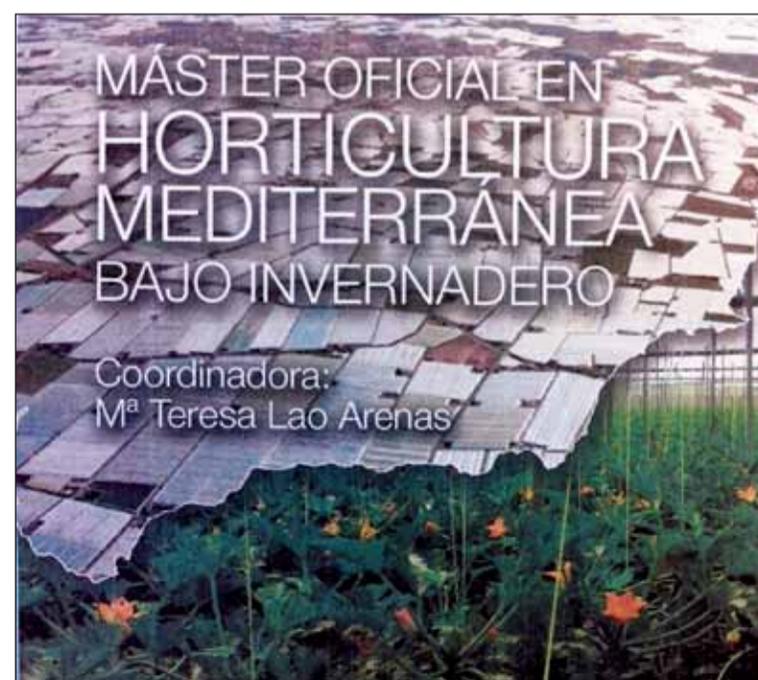
La Universidad de Almería ha presentado el Máster Oficial en Horticultura Mediterránea Bajo Invernadero. Principalmente, este máster tiene como finalidad formar investigadores y profesionales en el conocimiento hortícola integral en regiones áridas y semiáridas en su conjunto, desde la tecnología y equipamientos, los sistemas de producción, hasta la calidad del producto

y la tecnología postcosecha asociada a los modelos de comercialización y de gestión de empresas.

Los destinatarios de dicho máster son todos aquellos estudiantes con titulaciones afines a la agronomía, tanto hispanos como anglo parlante, mientras que el profesorado estará compuesto por profesores de la Universidad de Almería, profesores invitados de prestigio internacional, además de que se podrá contar con la par-

ticipación de profesionales especialistas en agricultura intensiva que permitan ofrecer a los alumnos una profunda formación específica.

Entre los temas que se tratarán destacan diseño y construcción de invernaderos, sistemas de clima y riego, mecanización y automatización, suelos, sustratos y fertilización, protección y técnicas de cultivo, tecnología postcosecha o calidad e inocuidad de los productos hortícolas.



■ Cartel del Máster Oficial. /FHALMERIA

PARA PALIAR DIFICULTADES

Agricultura convoca ayudas para facilitar la financiación de explotaciones

Esta Orden contribuye a paliar las dificultades en el acceso al crédito de las fincas y los efectos de las adversidades meteorológicas

■ Elena Sánchez

El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente ha publicado en el Boletín Oficial del Estado una Orden ministerial por la que se establecen las bases reguladoras y la convocatoria de medidas de apoyo para facilitar el acceso a la financiación de las explotaciones agrícolas. De hecho, el objetivo de esta Orden es ayudar a paliar las dificultades persistentes en el acceso al crédito de las explotaciones agrícolas, así como los efectos de las adversidades climatológicas acontecidas durante el año 2013, que si bien no han tenido un alcance generalizado en toda España, sí han producido daños en las explotaciones agrícolas situadas en determinadas zonas.

SUBVENCIONES

En este sentido, desde el Ministerio han dado a conocer que se concederán, por tanto, subvenciones destinadas a financiar el coste de los avales otorgados por la Sociedad Anónima Estatal de



■ Agricultor realizando el corte de la berenjena dentro de un invernadero. /FHALMERIA

Caución Agraria (SAECA) a nuevos préstamos de hasta 40.000 euros por beneficiario. Este límite podrá superarse en los créditos concedidos en el marco de la Línea ICO-Garantía SGR/SAECA, teniendo en cuenta, en este caso, los límites propios de la citada línea en las operaciones avaladas por SAECA. Con todo ello, el volumen máximo de capital avalado previsto en la línea es de

40 millones de euros. En el diseño de esta línea de ayuda se ha tenido en cuenta la prioridad que el Ministerio otorga al Plan de Seguros Agrarios Combinados, ENESA.

Así, está previsto financiar el importe de la comisión de estudio del aval a aquellos beneficiarios que hayan suscrito un seguro de una línea del grupo Seguro Creciente Agrícola comprendi-

das en el Plan 2014 de Seguros Agrarios Combinados, o en el Plan 2013 en las líneas en que la apertura del plazo de suscripción al seguro sea posterior al 30 de septiembre de 2014.

Por todo ello, y tal y como establece la Orden ministerial, el plazo de solicitud de ayudas comenzó el pasado 24 de abril y finalizará el próximo 30 de septiembre de 2014.

CAMBIOS

Alejandro Monzón es elegido nuevo presidente de Anecoop

■ E. S. G.

Alejandro Monzón ha sido elegido nuevo presidente de la cooperativa de segundo grado Anecoop. Monzón ha recibido el respaldo del Consejo Rector de la empresa sustituyendo, así, a Juan Safont, que ha ostentado la presidencia de Anecoop desde 2003.

Alejandro Monzón tiene 39 años, está casado y es padre de un hijo. Es empresario agrícola, citricultor y viticultor desde hace 20 años. Ha sido vocal durante 10 años del Consejo Rector de la cooperativa Cheste Agraria, de la que es presidente desde 2010. Desde 2012 hasta el día de hoy, ha sido vicepresidente de Anecoop. Es también vocal del Consejo Rector de Fruitsecs desde hace cuatro años y actual secretario. Otros cargos en distintas entidades son: vocal en el Consejo Regulador Vinos Denominación de Origen Valencia desde 2010, vocal en Agricons desde 2013 y vocal del Consejo Rector de Cajacampo en los ejercicios 2010 y 2011. Anecoop agrupa a 72 cooperativas hortofrutícolas y vitivinícolas que exportan sus productos a 64 países. Integra empresas cuya actividad comprende desde la investigación para la mejora varietal hasta la entrega del producto en el punto de venta.

CAMPAÑA PRIMAVERA

El Grupo AGF comienza el corte de la sandía Fashion en Almería

■ E. Sánchez

El Grupo AGF comenzó hace unos días el corte de la sandía marca Fashion en el Poniente de la provincia de Almería. Según han dado a conocer desde el Grupo, y como ha ocurrido campañas anteriores, el volumen de fruta se irá incrementando en las siguientes semanas.

En este sentido, empresas como Indasol y Murgiverde son las que ya han comenzado a recoger y en

los próximos días se unirán los demás socios de la zona.

En cuanto a las características de la sandía, se espera que, este año, el grado de azúcar y la formación del fruto sean excelentes.

PUBLICIDAD

Por otro lado, desde Grupo AGF han informado que la campaña de publicidad empezará dentro de un par de semanas para apoyar, como siempre se ha hecho,

el esfuerzo comercial que se está haciendo con la sandía Fashion. Sin duda, se trata de una de las frutas más reconocidas no solo a nivel nacional, sino internacional, por su calidad.

Cabe recordar que Grupo AGF nació en 2002 y reúne a 18 empresas de diferentes puntos de España, repartidos entre las provincias de Almería, Granada, Sevilla, Murcia, Alicante, Valencia, Castellón, Tarragona, Huesca, Ciudad Real y Baleares.



■ Cultivo de sandía marca Fashion. /FHALMERIA

Ganadería

EN BREVE

PREVENCIÓN. INFOCA contará con 200 pastores para eliminar combustible vegetal de los cortafuegos

■ R. V. A.

La Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio va a contar, a través del Plan INFOCA, con 200 pastores y sus más de 112.000 cabezas de ganado para eliminar el combustible vegetal de las zonas de cortafuegos y mantener las infraestructuras de cara a la prevención de incendios forestales.

Este programa cuenta con un presupuesto de 500.000 euros y permitirá el tratamiento de 3.127,5 kilómetros lineales de cortafuegos en toda la región.

ABUSO. UPA investigará el precio del pollo en la distribución y se plantea nuevas movilizaciones

■ R. V. A.

La Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos (UPA) está investigando el precio del pollo en todas las cadenas de distribución y, de comprobar que "han vuelto a las andadas utilizando esta carne como producto de reclamo", no descartan retomar los repartos masivos de este ave.

UPA, además, exige al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente "que deje de mirar hacia otro lado".



RELACIONES. La Unión Europea decide denunciar a Rusia ante la OMC por vetar carne de cerdo local

■ R. V. A.

Un brote de peste porcina en Lituania, fue, en enero, el detonante del veto de Rusia a la carne de cerdo de la UE. Tras meses de negociaciones que no han llevado a buen puerto, las autoridades comunitarias han decidido presentar una acción legal contra el país euroasiático ante la Organización Mundial del Comercio (OMC). Polonia también ha registrado algún caso aislado de peste. Holanda, Alemania y Dinamarca son los que más exportaban cerdo a Rusia.

ESTUDIO

ENESA analiza la eficacia del seguro que compensa la pérdida de pastos

■ R. V. A.

La Entidad Estatal de Seguros Agrarios (ENESA) está analizando la evolución del Seguro de Compensación por Pérdida de Pastos en Almería. Para analizar su situación, el director de la entidad, José María García, ha mantenido una reunión con el subdelegado del Gobierno en Almería, Andrés García Lorca.

El objetivo de este seguro es compensar a los ganaderos por los mayores gastos en alimentación ante la pérdida de recursos naturales para la alimentación de su ganado, así como la contratación actual en España, Andalucía y en Almería.

En Andalucía hay asegurados 413.976 animales, el 27 por ciento nacional, de los que 12.742 son almerienses.

ENESA ha constatado que el índice Medio de Vegetación Actual ha estado por debajo del Índice Medio, por lo que los ganaderos asegurados van a recibir la indemnización correspondiente.

CIFRAS POSITIVAS

Almería aumenta un 275 por ciento el valor de la exportación de leche en enero y continúa tercera en España

Todo el queso que se exportó desde la provincia tuvo como destino final Andorra, y el 96% de la leche lo importó Francia

■ Rafa Villegas

El sector lácteo almeriense ha iniciado bien el año, según los datos oficiales de la Junta de Andalucía. En concreto, la provincia de Almería exportó leche en enero por un valor de 1,9 millones de euros, lo que representa un incremento respecto al mismo mes de 2013 del 275 por ciento.

En enero, las empresas del sector lácteo de Almería exportaron, en cinco operaciones comerciales, 1,5 millones de kilos de productos lácteos, en concreto leche de cabra y queso, un volumen que representa un 396 por ciento más que en el mismo mes del año 2013.

Estos datos consolidan a Almería como la primera provincia del sur de España por el valor de la le-



■ José Manuel Ortiz en una visita a la quesería Medal, de Laujar de Andarax.

che exportada, así como tercera nacional, como ha explicado el delegado territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía, José Manuel Ortiz Bono. Las dos provincias que superan a la almeriense en venta de leche, por la producción de ambas de leche de vaca, son Lugo y Asturias. En cuanto al destino de los productos lácteos provinciales, el 96 por ciento de la leche de cabra la compran en Francia, donde la uti-

lizan para la elaboración de queso de rulo. El 4 por ciento restante se lo reparten Portugal, con un 2,7 por ciento, y Gran Bretaña, con un 1,4.

Por otra parte, en cuanto a la exportación de queso de la provincia, según los datos elaborados por Extenda a partir del último informe del Datacomex, las empresas almerienses vendieron en enero producto valorado en 1.460 euros, un 6,31 por ciento más que en enero del año pasado.

A MÁS

Japón y Andorra compran el cien por cien del jamón de la provincia

■ R. V. A.

El volumen exportado y la facturación de las industrias cárnicas almerienses ha registrado sendos incrementos, en enero, del 44 y el 44,5 por ciento, respectivamente, con respecto al mismo mes de 2013. Concretamente, Almería exportó más de 9.000 kilos de jamón y embutidos por un valor de 60.000 euros.

El 88 por ciento de los 6.000 kilos de jamón y paleta que exportaron seis industrias cárnicas de la provincia se comercializaron en Andorra, mientras que el 12 por ciento restante lo adquirió Japón. En cuanto a la venta de embutidos, en total se exportaron casi 3.000 kilos, un 284 por ciento más que enero de 2013. En este caso, el 84 por ciento de estos productos se enviaron a Japón, mientras que el 16 por ciento restante se vendió en Andorra. En total, en 2013, el sector porcino de Almería comercializó 79 millones de kilos de carne y 10,6 millones de kilos de ganado vivo.



THE WORLDWIDE
BUSINESS FORMULA

Elige nutrientes, elige pureza

Nuevo Nitrato Potásico grado técnico hidropónico

Ultrasol® K Plus 13,7-0-46,3

- Más pureza significa más nutrientes en el mismo saco.
- Un polvo fino, cristalino, de gran fluidez que se disuelve rápidamente en agua.
- Una nueva instalación en Cádiz con tecnología de punta, para mejorar aún más el servicio.



SQM, el principal productor de potasio libre de cloruro en el mundo, se perfila hacia el futuro a través de la investigación, la tecnología y la inversión, entregando productos de alta calidad y manteniéndose como el proveedor global preferido desde hace ya varias décadas.



Agenda

EVENTOS

FORO. La UAL acoge las Jornadas Internacionales de Agricultura Familiar, a finales de mayo

■ CIA

La Universidad de Almería acoge las Jornadas Internacionales de Agricultura Familiar, que se celebrarán en el campus entre los días 29 y 30 de mayo. Según la organización, dichas Jornadas se presentan como un foro internacional para la divulgación y discusión de trabajos de investigación entre la comunidad académica, pero orientado a la difusión de los resultados y la transferencia del conocimiento a la sociedad.

ENCUENTRO. Huelva celebra el XIII Congreso Nacional de Comunidades de Regantes de España

■ CIA

Del 12 al 16 de mayo se celebra, en Huelva, el XIII Congreso Nacional de Comunidades de Regantes de España, la gran cita del regadío español cada cuatro años, con una gran relevancia institucional, social y económica. El objetivo es mantener una puesta en común sobre los últimos avances en gestión, legislación y tecnología relacionados con el regadío. Las conclusiones resultan muy útiles para proponer soluciones a los problemas del regadío actual.



FORO. AECOC reunirá en Madrid a 200 expertos de administraciones, bancos de alimentos y empresas

■ CIA

AECOC, la Asociación de Empresas del Gran Consumo, celebrará el próximo 4 de junio, en Madrid, el II Punto de Encuentro contra el Desperdicio Alimentario, una cita especialmente diseñada para que empresas, administraciones públicas y bancos de alimentos articulen proyectos de colaboración destinados a reducir el desperdicio de alimentos que se produce en nuestro país. El encuentro se celebrará en la Escuela de Ingenieros Industriales de la Universidad Politécnica de Madrid.

EN LÉRIDA

El sector de la maquinaria agrícola se cita en Feria Agraria San Miguel

■ CIA

Del 25 al 28 de septiembre se celebra, en Lérida, una nueva edición de Feria Agraria San Miguel, la cita casi inexcusable para todas las empresas y profesionales relacionados con el sector de la maquinaria agrícola, tanto por las novedades que en ella se podrán descubrir, como por los contactos que se podrán establecer. En este evento se podrán encontrar sectores como el de maquinaria agrícola, donde se tratarán temas relacionados con equipos de siembra y plantación, equipos para la manipulación y el traslado de productos agrícolas o equipos para trabajar en suelo, etc. Igualmente, se podrán conocer las novedades acerca de los equipos y servicios para la agricultura, como abonos, productos químicos y naturales, equipos para riego, gestión de residuos o revistas técnicas y editoriales. La ganadería será otro de los pilares del evento, donde se podrá conocer todo lo relacionado con equipos para granjas, de limpieza...

DEL 9 AL 11 DE MAYO

La Feria Agrícola del Mediterráneo llega a Murcia como foco de atención y punto de encuentro del sector

El Palacio de Ferias y Exposición será el centro de reunión de proveedores, distribuidores y vendedores del sureste español

■ CIA

FAME 2014 Murcia, la Feria Agrícola del Mediterráneo, se confirma como un certamen de verdaderas innovaciones, siendo foco de atención y punto de encuentro de todo el sector a nivel nacional. IFEPA se convierte en el escenario idóneo para mostrar el gran desarrollo que se está produciendo en el sector agrícola, donde principales firmas del momento reúnen las últimas novedades en este ámbito y las alternativas tecnológicas apropiadas para cada tipo de productor. Un importante punto de encuentro del sector a nivel nacional y un auténtico escenario de medios técnicos, productos y maquinaria de última generación que congrega a más de



■ Ediciones anteriores de FAME. /FHA.

30.000 personas durante los 4 días de celebración.

Asimismo, se trata de un acreditado certamen de carácter bienal, que se ha convertido en una cita obligada y así lo pone de manifiesto el alto índice de fidelidad

tanto de firmas participantes, como de visitantes profesionales. Esta feria consigue aportar a expositores y visitantes no sólo una oportunidad de negocio, sino también amplias opciones para obtener una información útil.

Este evento no sólo es una cita obligada para los profesionales del sector, sino que quiere ser un lugar de encuentro para el público en general, ya que, también pretende que todas las personas que acudan a la muestra conozcan el potencial de sector agrícola. Y es que concentra en un periodo de espacio y tiempo reducido, la mayor variedad de productos y servicios con los que las firmas vinculadas a los sectores agrícolas y ganaderos establecen contacto con un gran número de clientes actuales y potenciales.

Las empresas participantes presentan las mejores marcas en cuanto a maquinaria, accesorios, técnicas del agua, ganadería, jardinería, ofreciendo los últimos avances en agricultura y ganadería.

DEL 6 AL 7 DE MAYO

FIVE, el punto de encuentro del vino ecológico en España

■ CIA

La próxima será la cuarta edición de FIVE, el punto de encuentro del vino ecológico en España, que, después de tres ediciones anuales, ha pasado a ser bienal. En 2014 la feria se celebrará los días 6 y 7 de mayo en Pamplona, siguiendo el mismo modelo de las ediciones anteriores.

Después de tres exitosas ediciones presenciales, la feria, que reúne viticultores eco principalmente de España, pero también de Portugal y Francia, buscando optimizar sus esfuerzos por dinamizar el sector, decidió, tras la edición de 2012 organizar el evento en los años pares. Los años impares FIVE organizará otras acciones relacionadas con el vino y el sector ecológico para reforzar su presencia en los mercados internacionales.

En junio de 2013 FIVE lanzó su primera feria virtual en la que participaron más de cincuenta bodegas y donde se contó, por primera vez, con productores italianos.

SI TIENES
**MENOS
DE 40 AÑOS**

SI QUIERES INVERTIR
**EN TU PROPIA
EXPLOTACIÓN**

**PLAN
FINANCIACIÓN
CAJAMAR**

JOVEN EMPREENDEDOR AGRO

Líneas de financiación Cajamar Caja Rural para la mejora y modernización de explotaciones agrarias dirigidas a jóvenes agricultores y ganaderos.



**DURANTE 1 AÑO
UTILIZA GRATIS
toolAGRO**

La herramienta para gestionar tu explotación agraria desde el ordenador o dispositivos móviles



Consulte bases de esta promoción en su oficina.
Promoción válida hasta 30/06/2014 o hasta 2.000 primeras solicitudes.



www.jovenesagricultores.com



cajamar
CAJA RURAL

Producción



Souleria RZ Acorde RZ

Sharing a healthy future

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

