



www.precioshorticolas.com

RECIBE EN TU IPHONE O ANDROID
ALERTAS CON LOS PRECIOS DE LAS
PRINCIPALES SUBASTAS HORTICOLAS

INTENTAN TENER ACCESO A UNAS AYUDAS QUE AHORA SOLO RECIBEN AGRICULTORES DE OTRAS EMPRESAS

Las alhóndigas quieren unir a sus agricultores en OPFHs

Critican el “agravio comparativo” frente a otras formas de venta, ya que sus productores no pueden acceder a las subvenciones de los Fondos Operativos **Págs. 4 y 5**



■ Casi la mitad de los agricultores de la provincia no pertenece a ninguna OPFH.

ENTREVISTA



Raúl Calleja
Director de Fruit Attraction

“El objetivo es posicionar al sector hortofrutícola español como el mejor proveedor del mundo” **P. 10**

PRECIOS

Anecoop logra la segunda mejor campaña de su historia y abre dos nuevas empresas

Página 6

NOTICIAS

Almería sigue líder en tomate a pesar de los avances de Israel y Turquía **P. 40**

NOTICIAS

Bayer traslada la central logística de semillas para España y Portugal a El Ejido **P. 38**

ESPECIAL Novedades en semillas **Páginas 13 a 36**

PROYECTO DE ENSILADO

Critican que Agricultura cancele la reunión para abordar el problema de Frutilados

● La cesión del suelo para la construcción de la planta sigue sin solucionarse

Página 39

PARA EVITAR INUNDACIONES

Ayuntamiento de El Ejido insta a los agricultores a recoger el agua de lluvia en pozos filtros

● El término municipal ejidense cuenta con más de 13.000 hectáreas de invernadero que impermeabilizan parte de su superficie rústica, provocando anegaciones. **Página 3**

CRECIENDO

La provincia se mantuvo al frente de las exportaciones andaluzas también en 2014

● Almería exportó casi 2,4 millones de toneladas que alcanzaron un valor final comercializado de más de 2,3 millones de euros. **Página 8**

La campaña de primavera llega con más superficie de sandía que en años anteriores **P. 44**

Opinión

La encrucijada de la presidenta Susana Díaz con Almería

Que Almería es una isla en Andalucía ya lo sabemos. Sólo con mirar los resultados de las últimas elecciones autonómicas lo percibimos. Pero la cuestión es: ¿seguirá Susana Díaz fomentando ese distanciamiento o, por contra, intentará que esta parte del territorio no se sienta agraviada como sucede ahora?

¿Seguirá viniendo a Almería la parte más pequeña de todas las subvenciones posibles?

¿Será esta provincia la última en recibir los incentivos económicos que otras provincias sí reciben o, por contra, la presidenta Susana Díaz va a seguir cuidando de su

■ José Antonio
GUTIÉRREZ ESCOBAR



¿De verdad que Susana Díaz va a poner un consejero de Almería?

granero de votos en toda la Andalucía profunda tan necesitada de dinero público para que las familias tengan una vida digna y algo que echarse a la boca?

Cuando estuvo en Vícar, los mensajes de cariño eran constantes, ahora queda por ver si la lidereza del nuevo PSOE andaluz es capaz de darle la vuelta a la tortilla y hacer de Almería una más de las ocho provincias que tiene el territorio autonómico.

De momento, la reelegida presidenta tiene que dar la cara con aquello de que "Almería tendrá un consejero". Posteriormente, vendrán otras cosas que también dijo como que "el año que viene las

campanadas se darán desde Almería" (esto, más que una promesa, es el arreglo de una vergonzosa metedura de pata muy propia de nuestra tierra).

Si es verdad que va a poner un consejero de Almería (el segundo o tercero en 34 años, no está mal), lo más lógico es que sea de Agricultura. Almería aporta mucho al producto interior bruto y a las exportaciones andaluzas con su agricultura y sería una excelente noticia que el responsable del agro andaluz conociera bien la zona más productiva de esta región. De no ser así, empezaremos a ver de nuevo una Presidencia con intereses centrados en dejar conten-

tos a los del voto fácil, aquellos que tienen miedo a cambiar, no vaya a ser que les falte lo que les dan.

Personalmente, creo que es muy necesario tener un consejero de Almería, si puede ser de Agricultura, mejor. También pienso que la nueva presidenta, por el bien de la clase política, debería de cumplir todas y cada una de las promesas efectuadas en la campaña electoral. Hay que tener en cuenta que estos comicios han marcado un antes y un después en la vida política española y, por lo tanto, lo ideal sería encontrarnos con responsables políticos elegidos democráticamente cumpliendo aquello que dijeron que iban a hacer.

Por otra parte, empezar a desagraviar a Almería respecto del resto de Andalucía no estaría mal, entre otras cosas para creernos eso de que la vida política no está podrida de intereses. A la espera que de ver en qué quedan esas promesas.

SE ESPERA LLENO ABSOLUTO

Infoagro Exhibition entra en sus últimas semanas de reserva con una ocupación cercana al 90%

A poco más de dos meses para que el Palacio de Congresos de Aguadulce se vista de gala para recibir Infoagro Exhibition, son más de cien empresas las que han apostado por esta feria para darse a conocer o potenciar su imagen en la mente del agricultor. Las

previsiones a día de hoy son optimistas, ya que se espera un lleno absoluto en expositores y 20.000 visitantes, que se acercarán a ver las últimas innovaciones del sector hortofrutícola.

Uno de los grandes éxitos de la primera edición de Infoagro Exhibition es que todos los subsectores de la agricultura estarán pre-

sentes, desde la producción hasta la comercialización, prestando especial atención a la industria auxiliar.

Las salas de reuniones jugarán un papel esencial para que "todas las empresas que quieran establecer un trato más íntimo con el cliente puedan hacerlo más allá de su stand", explica María Do-

lores Linares, directora de Infoagro Exhibition. La directora también explica que "desde la organización se ha hecho un esfuerzo muy grande para que la sala de conferencias se convierta en el centro neurálgico de la feria, ya que gran parte de las innovaciones se presentarán en esta aula".

La sala de conferencias, como ya se adelantó anteriormente, va a estar presente en el mismo lugar que la zona de expositores, con un objetivo fundamental, "que haya dinamismo en la feria y todo el mundo pueda acceder a ella sin necesidad de tener que realizar ningún esfuerzo", matiza Fernando Batlles, director de Marketing de Infoagro.

Durante los tres días de feria, habrá seis jornadas en las salas de reuniones, divididas en seis temáticas diferentes sobre temas que le interesan de verdad al agricultor y al sector en general.

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

PLAN GENERAL

El Consistorio de El Ejido insta a los agricultores a recoger el agua de lluvia a través de pozos filtros

El municipio tiene más de 13.000 hectáreas de invernaderos que están impermeabilizando gran parte de la superficie rústica

■ Rafa Villegas

Las fuertes lluvias registradas el pasado 20 de marzo provocaron inundaciones en locales comerciales y viviendas del centro de Balerna, además de diversas incidencias en otros núcleos de población ejidenses, como es el caso de Almerimar y Matagorda. Además, los 36 litros por metro cuadrado que cayeron en diferentes puntos del municipio en muy poco espacio de tiempo también provocaron arrastres que dificultaron el acceso y tránsito por diferentes caminos agrícolas. El Ayuntamiento de El Eji-



■ La fuerte lluvia hizo del centro de Balerna un auténtico barrizal. /Rafa Villegas

do trabaja en diferentes proyectos para evitar que esto ocurra en un futuro. Por ejemplo, desde el equipo de Gobierno municipal van a intensificar, en las próximas semanas, una campaña dirigida a los agricultores para que, tal y

como contempla el Plan General, se recoja el agua a través de pozos filtros.

Con esta acción, el alcalde de El Ejido, Francisco Góngora, ha asegurado que “se evita así que el agua sobrante de toda la superfi-

cie impermeabilizada de los invernaderos, puesto que esos terrenos no pueden absorber por el plástico, vaya a parar al final a los núcleos de población, aliviando también la presión entre las fincas inferiores y superiores”.

El regidor ejidense ha dado mucha importancia a este aspecto porque, como ha explicado, “si tenemos más de 13.000 hectáreas que están impermeabilizando gran parte de nuestra superficie rústica, pues evidentemente al final eso hace que los caminos y las calles recojan más agua de lo normal”.

Buena parte del barro y la gran cantidad de agua que inundó la zona centro de Balerna procedía de zonas rurales, como es el caso, entre otras, del paraje El Lote.

PETICIÓN A LA JUNTA

Por otra parte, desde el Consistorio ejidense se ha vuelto a in-

sistir en la necesidad de que la Junta de Andalucía, más concretamente la Consejería de Medio Ambiente, “con plenas competencias en la limpieza de las ramblas”, como ha querido dejar claro Góngora, “deje de tener una actitud tan pasiva sobre esta obligación, ya que esta dejación de funciones está aumentando, de forma muy significativa, el riesgo de inundaciones en los núcleos ante la obstrucción de los cauces naturales de escorrentías”.

El alcalde de El Ejido ha lamentado profundamente que “lo hemos dicho por activa y por pasiva, lo hemos planteado en todas las reuniones mantenidas con consejeros, delegados, a través de mociones en los plenos, y la Junta de Andalucía sigue teniendo una actitud muy pasiva al respecto”.

JUNTOS
podemos

Agrobío®

· soluciones biológicas ·

YouTube

f

Twitter

www.agrobio.es



■ La alhóndiga sigue siendo la fórmula de comercialización elegida por la mitad de los productores de la provincia de Almería. /FHALMERÍA

Las alhóndigas piden “claridad” a la Administración para que sus agricultores puedan unirse en OPFH

Desde la Federación ECOHAL Andalucía insisten en el “agravio comparativo” que supone que sus productores no reciban ayudas europeas

■ Isabel Fernández

El hecho de que los agricultores que comercializan su género a través de alhóndigas no puedan agruparse en Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas (OPFH) sigue suponiendo, según afirmó Alfonso Zamora, gerente de la Federación ECOHAL Andalucía, un “agravio comparativo entre agricultores, haciendo que haya productores de primera y de segunda”. Zamora puso de manifiesto la “importancia” de las OPFH como mecanismo para agrupar a los agricultores y, con ellos, el género en origen y, precisamente por esto, afirmó que “vamos a seguir luchando para que nuestros agri-

cultores también puedan constituirse en OPFH”.

En este sentido, Zamora afirmó que, en primer lugar y ante todo, “necesitamos que haya claridad y que la Administración nos diga qué hay que hacer”. Y es que, según el gerente de ECOHAL Andalucía, no es tanto la legislación en sí como la “interpretación” que se hace de la norma la que impide que en torno al 50% de los productores de Almería, que comercializan su género en subastas, puedan formar parte de una OPFH y, con ello, beneficiarse de las ayudas procedentes de los Fondos Operativos. De este modo, Zamora abogó por que “los agricultores se organicen, sean independientes y puedan seguir vendiéndonos el género”, es decir, definiendo la posibilidad de que los agricultores por sí mismos se constituyan en OPFH, adoptando la fórmula jurídica que consideran más oportuna y que, ya como organización, sigan comerciali-

zando su género a través de las subastas.

De hecho, según recordó Zamora, hasta el año pasado, existían en la vecina provincia de Granada OPFH bajo esta fórmula y que llevaban funcionando, incluso, más de una década. “Existían OPFH de agricultores, que bien podrían ser SAT, y que se dotaron de activos, creando, por ejemplo, su propio semillero y, es más, tenían previstas nuevas inversiones para hacer mejoras y, sin embargo, un cambio de criterio les quitó el reconocimiento como OPFH” después, en algunos casos, de hasta 13 años funcionando de este modo. Para evitar, precisamente, que esto vuelva a suceder, “pedimos un modelo claro” y, una vez solucionado este problema, “nosotros mismos podremos difundir entre nuestros agricultores cómo hacerlo, cómo convertirse en OPFH”; todo lo demás puede suponer que “todos los esfuerzos se vayan al traste”.

Según el Reglamento (CE) 1234/2007, que regula el sector de las frutas y hortalizas en la Unión Europea (UE), estableciendo una Organización Común de Mercados (OCM) y, dentro de ella, la figura de la OPFH, éstas últimas son entidades asociativas con personalidad jurídica propia (cooperativas, sociedades agrarias de transformación, sociedades mercantiles) constituidas por productores de frutas y hortalizas o entidades que los agrupen y que han de cumplir requisitos como contar con un mínimo de socios o un valor mínimo de producción comercializada, entre otros aspectos. Es a esa unión de productores de frutas y hortalizas, independientes de toda comercializadora, a la que se aferran desde la Federación de ECOHAL Andalucía para proponer que otra fórmula es posible, más allá de que sean las propias SAT o cooperativas las que, al contar con agricultores socios, se terminen cons-

tituyendo en organizaciones de productores.

CONVERSACIONES

El gerente de la Federación de ECOHAL Andalucía comentó a FHALMERÍA que siguen manteniendo “conversaciones con la Administración para encajar nuestro modelo dentro del sistema” y esperan que, más pronto que tarde, esa distinción entre “agricultores de primera y de segunda” sea historia. En esta línea, Zamora se refirió no ya sólo a que en torno al 50% de los productores almerienses están fuera de una OPFH, sino también a la pérdida de ayudas europeas que eso implica; “nosotros estimamos que estamos perdiendo en torno a 45 millones de euros”, a su juicio, “un dinero extra que llegaría al sector si las administraciones lo hicieran posible”.

A esas mismas conversaciones se refirió el delegado territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, José Manuel Ortiz, quien

COMERCIALIZACIÓN



■ En 2013, las OPFH de la provincia recibieron 36 millones de euros procedentes de los Fondos Operativos. /FHALMERÍA

afirmó que, de hecho, “desde la Delegación Territorial hacemos propuestas alternativas para que puedan entrar en el reconocimiento, modificando parte de su estructura empresarial” y añadió que, es más, “esperemos que en los próximos meses podamos llegar a figuras jurídicas que puedan ser reconocidas por la Unión Europea”. Y es que, precisamente, es la figura jurídica de las alhóndigas, la gran mayoría sociedades anónimas, la que, según la Administración andaluza, supone una traba para su reconocimiento como OPFH. “La necesidad y la voluntad de las alhóndigas de querer seguir funcionando como Sociedad Anónima choca frontalmente con los princi-

pios de la Unión Europea, que mantiene en su legislación que las OPFH deben ser democráticas”, explicó Ortiz Bono y añadió que, por ello, “el problema parte de que las condiciones que nos imponen los reglamentos comunitarios, difícilmente, casan con una estructura societaria y estrictamente privada”.

Luego, mientras unos siguen hablando de agrupaciones de agricultores, independientemente de cualquier comercializadora física, otros siguen amparándose en la imposibilidad de que las subastas, como sociedades anónimas, se constituyan en OPFH. Y mientras tanto, gran parte de los productores almerienses, que se siguen mos-

trando fieles y convencidos de que la subasta es la fórmula de comercialización que les reporta mayores garantías, continúan sin recibir ayudas de los fondos operativos con las que, por ejemplo, acometer mejoras en sus sistemas productivos o, por ejemplo, sin recibir aquellas otras ayudas estipuladas en el caso de la retirada de género del mercado ante una situación de crisis de precios.

Según los datos de la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, en Almería existen 39 OPFH con programas de fondos operativos y que agrupan a 7.500 agricultores. En 2013, recibieron subvenciones por valor de 36 millones de euros.

NORMATIVAS

Junta pide que las ayudas para la retirada de género se ajusten a los costes

■ I. F. G.

La consejera de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural en funciones, Elena Víboras, ha trasladado al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente la necesidad de actualizar los importes máximos de ayuda para las retiradas del mercado de frutas y hortalizas, especialmente de tomate, ajustándolas a sus costes de producción. En este sentido, y según la Administración andaluza, si bien el mecanismo de retirada habilitado en los programas operativos debe constituir un elemento eficaz en la lucha contra la volatilidad de los precios, “la realidad es bien distinta”, tal y como apuntó Víboras, ya que “la ayuda que recibe el agricultor que recurre al uso de este mecanismo está muy por debajo de los costes de producción”. En esta línea, Víboras se refirió a las jornadas organizadas por la Comisión de Agricultura y Desarrollo Rural ‘Comagri’ en el Parlamento Europeo el pasado 22 de enero y donde se abordó la reforma de las normas europeas relativas al sector de

frutas y hortalizas. En este foro se puso de manifiesto, según la consejera de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural en funciones que, para que el mecanismo de precios de retirada sea atractivo, éstos deberían ser de, “al menos, el 70% de los costes de producción”.

Víboras se refirió, en concreto, al caso del tomate, del que dijo que “se considera plenamente justificada la actualización de los importes de ayuda para las retiradas de este producto, en consonancia con los costes de producción y estableciendo la oportuna diferenciación a favor del tomate destinado a distribución gratuita del que va a otros destinos”. De este modo, y teniendo en cuenta la recomendación de la citada jornada, “es necesario incrementar el importe máximo de la ayuda a la retirada de tomate para consumo en fresco hasta los 37,70 euros por cada 100 kilos para su distribución gratuita y 28,55 euros”.

Esta petición responde a la “delicada situación” del sector, sobre todo a raíz del veto impuesto por Rusia el agosto pasado.

LA
UNION
Alhóndiga



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

Nuestra fuerza

www.alhondigalaunion.es

PRECIOS AGRÍCOLAS

Tomate

Sube, en todos sus tipos, con el ramo como mejor cotizado

El tomate ha mejorado sus cotizaciones con respecto al mismo periodo del mes anterior. El mejor situado en estos momentos es el tomate ramo, que cotiza por encima de los 0,80 euros el kilo, de media, seguido del pera y el daniela, que rozan, ambos, los 0,70 euros el kilo, de media.

Pepino

Descenso de los precios de esta hortaliza, sobre todo, del Almería

El pepino es la única hortaliza que ha registrado una bajada de precios este mes. El peor colocado es el Almería, que no logra alcanzar los 0,45 euros de media, seguido del francés, que ronda los 0,90 euros el kilo. El mejor situado en las pizarras es el español, que se mantiene en los 1,50 euros.

**Pimiento**

El California amarillo destaca con precios que rondan los 2 euros

Todos los tipos están pasando por un buen momento. Los más cotizados son el California amarillo y el lamuyo rojo, que rondan los 2,30 y los 1,65 euros, respectivamente. El California rojo y el italiano verde llegan a los 1,46 euros el kilo, mientras que el lamuyo verde supera el euro, de media. El peor, el California verde.

Berenjena

La rayada sigue cotizando por encima de los 1,20 euros el kilo

La berenjena sigue mostrando su tendencia a la baja en cuanto a cotizaciones se refiere. La tipo larga no logra repuntar y, en estos momentos, registra un precio medio de unos 0,40 euros el kilo, mientras que la rayada sí consigue estar por encima del euro y llegar hasta los 1,19 euros el kilo, de media.

Calabacín

Tanto fino como gordo pasan por un gran momento comercializador

Ambos tipos de calabacín siguen manteniendo su buena racha de cotizaciones. El tipo fino sigue subiendo estos días hasta los 1,40 euros el kilo, de media, mientras que el tipo gordo se mantiene muy cerca y roza los 1,30 euros el kilo. Los agricultores están alargando el ciclo gracias a estas cifras.

DATOS 2013/2014

Anecoop logra la segunda mejor campaña de su historia y abre dos nuevas empresas

La cooperativa de segundo grado ha alcanzado una cifra de negocio de 546 millones y ha comercializado un volumen de 715.063 Tm

■ CIA

Anecoop ha presentado, en su Asamblea General de socios, los principales resultados de la campaña 2013-2014 ante representantes de sus 71 cooperativas agrarias asociadas en toda España. Y es que, la empresa ha comercializado, en la campaña 2013-2014, un volumen de productos hortofrutícolas y vino de 715.063 toneladas. La cifra de negocio alcanzada ha sido de 546,6 millones de euros. Con estas cifras,



■ Alejandro Monzón, presidente de Anecoop, y Joan Mir, director general.

ha conseguido su segundo mejor ejercicio, superando durante tres campañas comerciales seguidas los 500 millones de euros de facturación y dos años consecutivos con

un volumen por encima de las 700.000 toneladas. Respecto al presente ejercicio 2015, Anecoop ha conseguido comercializar un 7% más de toneladas de producto y ha

obtenido una facturación un 6,2% superior al mismo periodo del año anterior. El mayor crecimiento en volumen se ha producido en frutas, donde se ha vendido un 31,6% más de toneladas. Asimismo, se ha vendido un 12% más de vino embotellado, situando la facturación en este primer semestre casi un 4% por encima del mismo semestre el año pasado. Con la campaña 2014-2015 de kaki cerrada, con este producto Anecoop ha crecido un 19% en volumen frente a la campaña precedente.

Según ha afirmado el presidente de Anecoop, Alejandro Monzón, "la entidad ha demostrado que hay modelos de empresa que funcionan y es garantía de que la actividad agraria tiene futuro". Además, en su opi-

nión, "los resultados alcanzados han sido posibles gracias a sus ventajas competitivas, tales como su amplia y diversificada oferta, su extenso calendario de comercialización y su red comercial internacional".

PRINCIPALES MERCADOS

Anecoop agrupa a 71 cooperativas hortofrutícolas y vitivinícolas que exportan sus productos a 68 países. Europa es el principal destino de sus exportaciones con Francia, Alemania y España a la cabeza, seguidos de Suecia, Reino Unido, Italia, Polonia, República Checa y Holanda. El mercado comunitario supone algo más del 86% de sus exportaciones. El segundo bloque exportador son los países que integran Europa Oriental, que concentra el 3% de las exportaciones.

Como novedad, dos filiales del Grupo han fundado dos nuevas empresas de productos especializados, una en Francia, de productos ecológicos, y otra en Reino Unido para frutas tropicales.

El próximo mes:

**Especial Pimiento
Temprano y Medio**

**Especial Construcción
de Invernaderos,
plásticos agrícolas y
servicios auxiliares**



CONTRATA TU PUBLICIDAD: publi@fhalmeria.com

Tel. **679 464 490**

PELEMIX

Las mallas ChromatiNet ayudan a mejorar la calidad y la producción de los cultivos

IFAPA va a realizar un ensayo para comprobar la eficacia de estas mallas fotoselectivas en el control de plagas en invernadero

■ Isabel Fernández

Las mallas ChromatiNet de Polysack, distribuidas por Pelemix, son unas mallas antiinsectos y de sombreado que, a diferencia de las tradicionales, blancas o negras, tienen colores específicos que ejercen efectos también específicos sobre la planta. De este modo, y según explica Virginia Olivares, directora comercial de Pelemix, las más habituales son las de color amarillo, rojo y azul. Las dos primeras “favorecen que haya una mayor producción, mejor cuaje y un mayor crecimiento vegetativo de la planta”, mientras que la malla azul contribuye a hacer entrenudos más cortos.

Junto a las mallas amarilla, roja o azul, Pelemix también distribuye la malla ChromatiNet perla, una malla que, “visualmente, tiene el mismo aspecto que una blanca, pero que, sin embargo, permite una mayor difusión de luz”. La malla ChromatiNet perla está pensada para



■ José David González ya usa ChromatiNet perla. /FHALMERIA

sustituir el tradicional encalado, ya que éste, si bien logra reducir la temperatura en el interior del invernadero, también “reduce la cantidad de luz difusa que recibe la planta y que es la que le permite hacer la fotosíntesis”. “La malla ChromatiNet perla multiplica la luz difusa dentro del invernadero al mismo tiempo que sombrea”, matiza Olivares.

Sobre las ventajas de la malla ChromatiNet perla tiene mucho que decir José David González del

Águila, productor de tomate de La Cañada que ya la ha usado esta campaña en su invernadero y que muestra su satisfacción con los resultados conseguidos. Según explica, la puso en la banda sur de su finca porque “ahí el sol da mucho”, tanto que “se cargaba en torno a un metro o metro y pico de plantas en cada línea”. Con la instalación de la malla ChromatiNet perla, “la planta sufre menos” y, de hecho, “en la época del blanqueo, cuando sube la temperatura, con la malla ChromatiNet perla proteges la plan-



■ Esteban José Baeza dirigiendo un ensayo en IFAPA. /FHALMERIA

ta, ayudándola a enternecerse”. Pero no sólo eso, “la calidad del fruto también es mucho mayor”, afirma este agricultor, que explica que, antes de utilizar esta malla, “debido al exceso de luz, el tomate se asolanaba y, sin embargo, ahora mismo, no tengo ningún problema”.

Este agricultor de La Cañada comenta que ésta ha sido la primera campaña en la que ha usado la malla ChromatiNet perla, pero, sin duda, no será la última, ya que “es una alegría”. “En mi caso, las ven-

tajas están claras y eso que sólo la he puesto en una banda”.

El uso de las mallas ChromatiNet permite, por otro lado, un mejor control de las plagas y, de hecho, el Centro IFAPA La Mojónera está a punto de iniciar un ensayo para evaluar, precisamente, los efectos que pueda tener el uso de las mallas de colores de Polysack sobre las plagas más comunes en el campo de Almería. En este sentido, Esteban José Baeza, investigador en Tecnología de Invernaderos en IFAPA y responsable del ensayo, explica que “hay evidencias científicas en otras zonas sobre las ventajas del uso de mallas fotoselectivas de colores en el control de plagas”, que vendrían a añadir “efectos ópticos al propio efecto de barrera física que ya ejerce la malla”.

Para el ensayo, se van a utilizar las mallas ChromatiNet roja, amarilla y perla, además de la malla OptiNet; esta última cuenta con un aditivo especial que crea un efecto visual contra las plagas, de modo que impide su entrada en la finca. En el ensayo, se utilizarán varias jaulas en las que se introducirá un cultivo de pimiento que, posteriormente, se trasladará a una zona de invernadero y se cubrirá con la malla de Polysack. Durante los dos meses que, aproximadamente, durará el ensayo, se realizarán conteos periódicos para comprobar si, efectivamente, “las mallas fotoselectivas tienen efectos positivos sobre el control de plagas”.

mapal Paskal Pelemix GINEGAR POLYSACK NutriBio Productos Agrícolas

informacion@pelemix.com Aliados en la innovación 968 636096 / 628 643427

A MÁS

Almería lideró las exportaciones agroalimentarias andaluzas en 2014

Alemania absorbió el 30,5 por ciento del total, siendo Francia y Holanda los otros dos países que más importan de la provincia

■ Rafa Villegas

La provincia de Almería volvió a liderar, en 2014, las exportaciones agroalimentarias andaluzas, exportando, en esta ocasión, casi 2,4 millones de toneladas, de las que 2.346.000 se correspondieron con el sector hortofrutícola. Almería concentró casi el 36 por ciento del volumen total exportado por Andalucía el pasado año, muy por encima de la siguiente provincia, Sevilla, que comercializó 1.577.513 toneladas, o de Córdoba, que exportó 726.470.

El precio obtenido por las 2.397.516 toneladas de productos agroalimentarios y bebidas



■ Camiones que trabajan cargando productos hortofrutícolas almerienses para exportarlos al resto del Viejo Continente.

de la provincia el pasado año fue de 2.136 millones de euros. Todo ello a través de 554 empresas. Desde la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía

han cifrado en un 3,5 por ciento el aumento de volumen registrado con respecto al año 2013, cuando, según sus datos, “532 firmas almerienses comercializaron en el extranjero 2.315.571

toneladas por 2.203 millones de euros”.

En cuanto a los principales mercados de destino de los productos agroalimentarios y las bebidas procedentes de la provin-

cia de Almería, el ránking lo vuelve a liderar, una vez más, Alemania. Y es que, el país teutón concentró el pasado año 2014 un 30,5 por ciento del volumen total exportado por las comercializadoras agrícolas almerienses. Ello ha supuesto, además, un incremento de la cuota, con respecto a 2013, del 4 por ciento, al pasar de comercializar a ese país centroeuropeo 704.403 toneladas a 732.047.

Tras el mercado alemán, el francés ha sido el más destacado para las exportaciones de productos agroalimentarios y bebidas almerienses. En concreto, al país vecino se destinaron 375.774 toneladas de los mismos en 2014, mientras que la posición de bronce la vuelve a ocupar Países Bajos, Estado que reexporta a los Países Nórdicos buena parte de las frutas y hortalizas y que importó 275.905 toneladas de estos productos procedentes de toda la provincia.

SISTEMA REALIZADO POR EL IFAPA

SAT Costa de Níjar demuestra su compromiso medioambiental analizando el suelo de sus socios

■ CIA

SAT Costa de Níjar instaure entre sus productores un sistema sencillo y rápido de análisis del extracto de la solución del suelo. El sistema está basado en los trabajos realizados por el IFAPA para el control de la contaminación por nitratos en cultivos hortícolas protegidos.

Los productores instalan en sus invernaderos mini sondas de succión tipo Rhizon, con las que obtienen una muestra del agua disponible para la planta en el suelo. Siguiendo las indicaciones de IFAPA, la obtención de la muestra se realiza transcurridas unas cuatro horas después de aplicar el

riego. El productor provoca un vacío en la sonda mediante una jeringuilla, empleando el tubo de vacío donde va a transportar la muestra, con el objetivo de recoger unos 7 mililitros de la solución del suelo, el extracto.

Junto al extracto, el productor también recoge una muestra de la solución nutritiva aportada al cultivo durante todo el riego. Ambas muestras son entregadas a los ingenieros de la S.A.T. para ser analizadas en el departamento con un equipo portátil Horiba Laquatwin. El equipo de medición está compuesto por seis sensores individuales que dan información de la cantidad de nitrógeno (NO₃-), calcio (Ca²⁺), potasio (K⁺), sodio

(Na⁺), conductividad eléctrica y pH de la muestra analizada.

En pocos minutos, los sensores aportan información suficiente al equipo técnico para adecuar la solución nutritiva a la demanda del cultivo, además de dar información sobre si existe la necesidad de variar la frecuencia de riego y la cantidad de agua a aportar. Este proceso se realiza cada dos o tres semanas, siempre que el desarrollo del cultivo mantenga los parámetros de calidad fijados por S.A.T. Costa de Níjar. En el caso de que la tendencia de los registros realizados en dicho cultivo no se mantenga dentro de los parámetros técnicos fijados, se intensificarán la medición de los análisis



■ Caja de hortalizas de SAT Costa de Níjar. /FHALMERÍA

sis y, si es necesario, se analizará el extracto varias veces a la semana hasta conseguir el equilibrio o la tendencia deseada. Con este sistema de trabajo, cuyo coste es inferior a 2 euros por muestra analizada, se da un paso más en el asesoramiento técnico de campo. El analizar el agua del riego permite al técnico y al agricultor comprobar que existe una correcta calibración de la maquinaria de fertirrigación; y, mediante el análisis del extracto de suelo y la interpretación técnica, se consigue aportar la cantidad de fertilizantes

necesaria para el cultivo, con lo que se alcanza una optimización de la producción. El manejo de minisondas complementa a la instalación de equipos para el control óptimo del agua en el volumen de suelo deseado. Los valores permitirán generar información para el manejo de los sistemas de producción donde se emplean fertilizantes orgánicos aplicados antes de iniciar el cultivo. Esto se traduce en ahorro de agua y fertilizantes, un menor impacto ambiental y en la obtención de frutos de alta calidad.

BALANCE MUY POSITIVO

Sipcam Iberia 'recicla sus conocimientos' en control biológico gracias a Koppert

Ambas empresas organizaron una jornada de transferencia en la que técnicos de Sipcam Iberia pudieron resolver sus dudas en esta materia

■ CIA

El Departamento Técnico de Koppert organizó una jornada de transferencia de conocimiento para personal de Sipcam Iberia el pasado 12 de febrero. La compañía, dedicada a la comercialización de productos para la protección de las plantas, aprovechó la ocasión para actualizar los conocimientos de su equipo técnico, en un contexto marcado por la evolución de los tratamientos fitosanitarios mediante la incorporación progresiva de productos



■ Miembros del equipo de Sipcam Iberia atienden las explicaciones de técnicos de Koppert en un invernadero.

biológicos y la generalización de los protocolos de lucha integrada.

El Departamento de Transferencia Tecnológica de Sipcam Iberia fue el encargado de liderar esta

iniciativa desde la compañía, posible gracias a la colaboración existente entre ambas empresas. La jornada contó con la asistencia de 12 técnicos de Sipcam Iberia, entre los que había personal de desarro-

llo, marketing y comercial, todos ellos relacionados en su ámbito laboral con los cultivos hortícolas.

El objetivo de esta jornada de transferencia de conocimiento sectorial, tanto por parte del Departamento Técnico de Koppert como

del de Transferencia Tecnológica de Sipcam Iberia, fue transferir el conocimiento de productos biológicos en un contexto marcado por la evolución de los fitosanitarios y la generalización de la gestión integrada de plagas en todos los cultivos.

La jornada, impartida por los responsables técnicos de Koppert España, se basó en conocimientos teóricos, apoyados con demostraciones prácticas en campo en materia de productos biológicos, y permitió resolver dudas técnicas de aplicación de los asistentes.

El balance de la jornada de transferencia no pudo ser más positivo para el equipo de Sipcam Iberia, que cuenta ahora con un mayor conocimiento en materia de manejo de OCB en horticultura, lo que sin duda puede ser la antesala a la incorporación de nuevos productos biológicos en el campo.

Para ambas compañías, es importante compartir sus avances en favor de una notable mejora de la calidad y sostenibilidad de las producciones hortofrutícolas.

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



RAÚL CALLEJA ■■■ DIRECTOR DE FRUIT ATTRACTION

“El objetivo es posicionar al sector hortofrutícola español como el mejor proveedor del mundo”

■ Rafa Villegas

Pregunta- Con tan solo seis años de existencia, Fruit Attraction se ha convertido en un referente para la producción y para las cadenas de distribución, que buscan productos hortofrutícolas de origen español, ¿dónde está la clave del éxito?

Respuesta- La clave del éxito consiste en la suma de muchos factores. Uno de ellos ha sido que ha sido el propio sector productor-exportador el que tiene la iniciativa y la necesidad de desarrollar un producto a través del cual poner en valor las frutas y hortalizas españolas y que sea la distribución de todo el mundo la que venga a verlos aquí y no ellos los que se tengan que ir por todo el mundo a buscar a estos operadores internacionales de comercialización de frutas y verduras. En segundo lugar, radica en la gran inversión que se ha desarrollado en el proyecto con el visitante profesional. Se ha puesto encima de la mesa una inversión muy elevada para atraer la atención de los distribuidores, con invitados internacionales, presentaciones por todo el mundo, llegando a acuerdos con asociaciones de otros países... Si hubiéramos pensado solamente en metros cuadrados y en expositores, sin pensar en la demanda internacional, hubiéramos fracasado. Este ritmo compartido entre trabajar la oferta y trabajar la demanda creo que ha sido fundamental. Y, en tercer lugar, también el seguir trabajando en una plataforma que es económica y es rentable. Por apenas 3.800 euros, cualquier empresa del sector hortofrutícola español tiene la posibilidad de estar en contacto con toda la cadena de distribución de las frutas y hortalizas de todo el mundo en un formato en el que no hay que pensar en stands, ya que trabajamos en un formato de feria modular. Así, el expositor solo tiene que concentrar sus esfuerzos en traer a clientes, invitar a posibles clientes, en pensar en su producto y en ponerlo en valor. El formato económico, rentable y fácil de participar en Fruit Attraction, con estos tres ejes,

ha sido la clave para conseguir el objetivo fundamental, que es posicionar al sector hortofrutícola español como el mejor proveedor de frutas y hortalizas del mundo.

P.- Las cifras son realmente apabullantes: más de 40.000 profesionales de 88 países participaron en Fruit Attraction 2014, ¿qué expectativas tienen este año?

R.- El objetivo, más allá del cuantitativo, es seguir apostando por la calidad del visitante, porque es la plataforma fundamental para los operadores hortofrutícolas internacionales, como punto para la comercialización de frutas y hortalizas de todo el mundo, justo en el mes de octubre, que es otra de las claves fundamentales para el éxito de Fruit Attraction. Queremos seguir trabajando en la calidad, incrementar el número de países y profundizar en aquellos mercados en los que hay más recorrido para atraer a más distribución internacional y más operadores de los mismos. Europa es el destinatario del 92 por ciento de nuestras exportaciones, con lo cual lo tenemos que profundizar más, pero vemos que siguen creciendo nuevos posibles mercados que a veces dependen de temas puramente administrativos pero que tenemos que seguir trabajando, como es el caso de Brasil, India, China o Estados Unidos.

P.- Las empresas almerienses han confiado, desde el minuto uno, en Fruit Attraction, aumentando, edición tras edición, su apuesta por el evento, ¿prevén también un incremento de la participación almeriense este año?

R.- Sí, desde luego la zona de Almería apostó, desde el minuto uno, por Fruit Attraction. La fuerza que tiene Almería se refleja en el número de empresas que participan. Estamos seguros de que seguirá aumentando el número. No se trata de si hemos tocado techo o no en determinadas zonas de España, sino de que las empresas vean a Fruit Attraction como una herramienta fundamental para el sector de las frutas y hortalizas. Y Almería tiene mucho que decir en estos próximos años.

P.- Las inscripciones para participar en la feria ya están abiertas, ¿a qué ritmo se están inscribiendo las empresas?

R.- Arrancamos siempre a finales de enero, principios de febrero. Hay un primer plazo prioritario, que concluye el 10 de abril. Para este primer corte, la evolución está siendo muy positiva, hemos registrado un crecimiento, con respecto a la misma fecha de 2014, del orden del 25 por ciento. Son datos que vuelven a poner de manifiesto que hay mucho recorrido también a nivel ibérico, también en otras zonas de producción europeas, como Francia, Italia, Polonia, Holanda... con productos que no necesariamente son concurrentes con los nuestros; Brasil vuelve también a la feria con una presencia muy importante y Latinoamérica está viendo cómo España se está convirtiendo en un punto de la recomercialización de sus exportaciones a nivel mundial, en vez de pasar por el norte de Europa. Está habiendo un cierto trasvase del norte al sur de Europa para ser punto de comercialización internacional y eso nos está ayudando a que Fruit Attraction, que es la gran fiesta del sector hortofrutícola en la península, siga teniendo este recorrido.

P.- Esta evolución al alza conllevará que necesiten más espacio dentro del IFEMA...

R.- Sí. Este año, además, cambiamos de pabellones. Vamos a celebrar la feria en cuatro pabellones, pero mucho más grandes y que tienen un circuito interno de recorrido, con pasos de conexión, etc... Se trata de los pabellones 7, 8, 9 y 10. Va a estar todo mucho más concentrado en un área y no tan a lo largo como en las pasadas ediciones. Nos vamos a mantener ya en estos pabellones con la voluntad de incorporar más según vaya necesitando el proyecto. Este año, siendo realistas, podremos alcanzar la cifra de las mil empresas expositoras directas, supone casi el 50 por ciento de Fruit Logística, después de 30 años de historia. Fruit Attraction ocupa el 65 por ciento de todo lo que ocupa Fruit Logística. Hay recorrido, todavía tenemos mucho trabajo y



■ El director de Fruit Attraction, Raúl Calleja. /FHALMERIA

hay que seguir invirtiendo en el proyecto, hablando con las empresas, con el sector y haciendo que la feria crezca a medida de las necesidades.

P.- ¿Qué novedades ofrecen este año a empresas y visitantes?

R.- Este año contamos con tres áreas nuevas expositivas, una de ellas se va a llamar 'Organic hut', que va a dar cobertura a todas las empresas con contenido y producto biológico. Vamos a tener también una vía específica de logística para poder dar cobertura a los empresarios del transporte, operadores logísticos... que cada vez es más necesario para poder llevar producto a destinos más lejanos, manteniendo en perfecta garantía las calidades y trazabilidades. Tenemos una tercera nueva zona, 'Tech for fruit', será un espacio destinado a la innovación y soluciones tecnológicas que permiten mejorar la productividad de nuestras explotaciones agrarias. Esto combina muy bien con el contenido comercial de Fruit Attraction, está habiendo buena acogida en este sentido, y aparte seguiremos potenciando los sectores y las herramientas que veníamos trabajando hasta la fecha, como eran los encuentros 'B2B', la 'Pasarela Innova', Fruit Forum y Fruit Fusion.

P.- ¿Considera que el veto ruso es

un motivo más para que las empresas del sector hortofrutícola acudan a la feria a buscar nuevos mercados?

R.- Sí, cuando las exportaciones de nuestros productos dependen demasiado de determinados mercados corremos el riesgo de que sean interrumpidas de alguna manera, bien por conflictos bélicos, determinadas barreras arancelarias, políticas o por decisiones unilaterales. Esto complica las reglas del juego. Ello significa que tenemos que diversificar nuestras exportaciones a mercados con los cuales jugamos con las mismas reglas del juego, con garantías en este sentido. Y, desde luego, Fruit Attraction es una herramienta para poder abrir estas relaciones con operadores de nuevos mercados. Vienen visitantes de más de 80 países, cuando según la ONU hay 186 países, lo que significa que podemos exportar nuestra fruta y nuestra verdura a, como mínimo, estos países. Significa que hay oportunidades y la feria es una herramienta muy económica para hacerlo. Podríamos ir a países pequeños de Asia y ver qué oportunidades podemos abrir o podemos hacer que compradores de Asia vengan aquí a vernos a nosotros, ya solamente en ese aspecto es mucho más económico.

INVESTIGACIÓN CONTINUA

Grupo Agrotecnología refuerza su gama de productos con dos nuevos bioestimulantes: Actium y Masscuaje

El primero actúa como activador de la coloración y el segundo estimula la floración, produciendo un aumento de frutos cuajados

■ CIA

Grupo Agrotecnología continúa investigando en nuevas soluciones innovadoras que den respuesta a los problemas a los que debe hacer frente la agricultura actual. En este sentido, la empresa ha desarrollado dos nuevos bioestimulantes que vienen a sumarse a su amplia gama de productos: Actium y Masscuaje.

Actium potencia el color de los cultivos, ya que su aplicación permite uniformizar y mejorar el color de los frutos. Asimismo, el



■ Ensayo realizado en Las Palmerillas con Actium en pimiento.



■ Ensayo realizado en Almería con Masscuaje en melón.

fruto tratado con Actium presenta un mejor calibre y turgencia. Este bioestimulante de Grupo Agrotecnología tiene la propiedad de neutralizar a nivel celular

los radicales negativos, reduciendo el daño producido por estos efectos sobre el fruto. Además, contribuye a mejorar el estado vegetativo de la planta, evitando la

desnaturalización de las proteínas y enzimas, regulando el nivel de solutos y manteniendo unos niveles fotosintéticos y respiratorios óptimos.

Masscuaje, por su parte, es un bioestimulante natural idóneo para mejorar el cuaje de los frutos, que actúa estimulando la floración y la fotosíntesis, mejorando la viabilidad del polen y, por tanto, produciendo un importante incremento de los frutos cuajados. Masscuaje aumenta, además, la acumulación de reservas durante la etapa de engorde y contribuye a mejorar la uniformidad y calidad de los frutos, incidiendo, de este modo, en la mejora de su calidad comercial. Por último, este nuevo bioestimulante de Grupo Agrotecnología potencia la resistencia a estrés ambiental del cultivo.

Con Actium y Masscuaje, Grupo Agrotecnología sigue dando respuestas a las exigencias de los agricultores de vanguardia.

Bioestimulantes

Agricultura eficaz, segura y limpia.

- ✓ **Brotone:** ¡Energía para tu cultivo!
- NUEVO** ✓ **Actium:** ¡Potencia el color de tu cultivo!
- ✓ **Fort-soil:** ¡Fuerza para la raíz!
- ✓ **Ibermar Plus:** ¡Engorda tus frutos!
- ✓ **Calcio Sprint:** ¡El calcio más rápido!
- NUEVO** ✓ **Masscuaje:** ¡Mejora el cuaje!

www.agrotecnologia.net

INNOVACIÓN EN CONTROL BIOLÓGICO DE PLAGAS

La mejora genética y cría selectiva de las especies locales, claves de los nuevos enemigos naturales

Koppert trabaja en el proyecto BINGO, que busca identificar en la naturaleza variaciones genéticas que tengan interés comercial

■ CIA

Fiel a su firme compromiso con la innovación continua, Koppert Biological Systems ha comenzado a trabajar ya en la nueva generación de enemigos naturales, gracias a la puesta en marcha, el pasado mes de enero, del proyecto europeo de investigación BINGO (Breeding Invertebrates for Next Generation Biocontrol).

El objetivo fundamental de este proyecto consiste en identificar en la naturaleza variaciones genéticas que tengan interés comercial y que permitan desarrollar nuevos organismos de control biológico más eficaces y basados en las características de los que ya existen de forma autóctona en cada zona de producción. En una primera fase, la investigación se ha centrado en la mejora de *Amblyseius swirskii*, *Nesidiocoris tenuis* y *Trichogramma brassicae*, que son tres de los enemigos naturales más utilizados comercialmente en el control biológico de plagas. BINGO es, además, un proyecto pionero



■ *Nesidiocoris tenuis* comiendo *Bemisia tabaci* (mosca blanca). /KOPPERT

porque, por primera vez, se utilizan en insectos beneficiosos las técnicas de mejora genética por cruzamientos y cría selectiva que son conocidas desde hace siglos, tanto para el desarrollo y mejora de nuevas semillas como de razas de ganado.

TRANSFERENCIA AL CAMPO

Los descubrimientos que se deriven del proyecto BINGO van a encontrar en Koppert un buen

caldo de cultivo para que toda esa innovación sea transferida a las prácticas agrícolas en el campo, a través del nuevo centro de I+D que Koppert construye junto a su sede central en Holanda. Las nuevas instalaciones, con más de 3.600 metros cuadrados, estarán equipadas con sofisticados laboratorios y avanzadas cámaras de ensayo para experimentar el comportamiento de nuevos enemigos naturales en

condiciones controladas, de modo que puedan reproducirse con gran fidelidad los parámetros de humedad y clima de cualquier parte del mundo.

El nuevo centro tendrá un beneficio directo en zonas de producción tan importantes como Almería, ya que las nuevas instalaciones serán decisivas para identificar o descartar nuevas razas de enemigos naturales con interés comercial en estrecha co-

laboración con la finca de I+D que Koppert tiene en el Poniente almeriense y donde se realizan ensayos en condiciones de semi-campo.

La investigación continua y la permanente innovación en los productos y en los procesos, una logística que permite ofrecer en todo el mundo soluciones biológicas con la máxima calidad y un equipo profesional muy cualificado que gestiona un potente banco de conocimientos y experiencias son los tres pilares de Koppert para desempeñar con éxito la nueva misión en favor de la salud de los consumidores y del entorno. “Contamos con todas las herramientas necesarias para suministrar soluciones biológicas seguras y naturales, para incrementar la salud de los cultivos, su resistencia y su producción”, concluye Valter Cepi, director comercial de Koppert España.

El proyecto BINGO está considerado por la comunidad científica internacional como la iniciativa público-privada de investigación en control biológico más importante del mundo y cuenta con la implicación de centros de investigación y organizaciones sin ánimo de lucro de España, Francia, Portugal, Grecia, Alemania, Holanda, Austria y República Checa.

COAG SOBRE LAS ÚLTIMAS LLUVIAS

Instan a la Junta a retomar la partida presupuestaria para seguros agrarios

■ I. Fernández

Desde COAG Almería han instado a la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural andaluza a que “retome de una vez por todas la partida destinada a los seguros agrarios que venían poniendo en marcha para aliviar la carga económica que supone la contratación de éstos para los productores”. Desde COAG han hecho estas declaraciones jus-

to después de las últimas lluvias torrenciales en la provincia, producidas el pasado 20 de marzo y que, según afirmaron desde la organización agraria, “han provocado arrastres de tierra y lodo, muertos arrancados, sacos de perlita movidos o invernaderos con cultivos de primavera totalmente anegados”.

Ante esta situación, y teniendo también en cuenta los temporales anteriores, desde COAG Almería

lamentaron que la adversa climatología de esta campaña “está poniendo en jaque nuestra capacidad productiva” y, por ello, volvieron a insistir a los agricultores para que contraten el seguro agrario, ya que “la Junta ha dado un toque al sector públicamente y ha dicho que no van a poder seguir sacando ayudas de forma excepcional en el caso de catástrofes naturales”. De ahí la importancia de tener una póliza.



■ Invernadero anegado tras las fuertes lluvias del 20 de marzo. /COAG ALMERÍA

Especial **NOVEDADES EN SEMILLAS**



Bacco F1

el cocktail verdadero

TomatoCult
www.tomatocult.com

MedHermes
VEGETABLE SEEDS

MÁS DE 5.000 EUROS, DE MEDIA, POR HECTÁREA

Los agricultores invertirán más de 280 millones de euros en semillas la próxima campaña

Muchos productores de la provincia se encuentran estos días buscando el mejor germen para la que será su próxima cosecha

■ Isabel Fernández

Los agricultores de la provincia invertirán, en total, más de 280 millones de euros en semillas y plantones para la próxima campaña, siempre y cuando este gasto no se incremente en exceso en comparación con el último ejercicio cerrado. Según los datos de la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, durante la pasada campaña, en Almería se cultivaron 55.064 hectáreas de frutas y hortalizas, teniendo en cuenta los dobles ciclos. De media, y según, en esta ocasión, el último 'Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería. Campaña 2013/2014', elaborado por el Servicio de Estudios de Cajamar Caja Rural, entonces, los productores locales gastaron 5.093 euros por hectárea en semillas y plantones; luego, la ecuación es clara: el de las semillas y plantones es un negocio que, sólo en la última campaña cerrada, movió más de 280 millones de euros.

Teniendo este dato en cuenta, no es de extrañar que las empresas de semillas se vuelquen, campaña tras campaña, en introducir nuevas variedades adaptadas a las demandas de sus clientes, los agricultores, pero también a las de los clientes de éstos, las comercializadoras y, en última instancia, el consumidor final. Más de 280 millones de euros es un gran pastel a repartir, pero también es cierto que la competencia en este sector es muy férrea; de ahí que estas compañías destinen buena parte de sus ingresos a investigación para obtener esas variedades que, en primer lugar, marcarán la diferencia y, en segundo lugar, responderán a las necesidades de todos los eslabones de la cadena.

Sin embargo, la inversión que cualquier agricultor realiza a la hora de hacerse con sus preciadas semillas depende, en buena medida, del gasto que esté listo para



■ Muchos productores se encuentran inmersos en la búsqueda de nuevas variedades que llevar, no dentro de mucho, a un semillero como éste.



■ El pimiento continúa siendo una de las mayores opciones.



■ Calidad y sabor, parámetros muy demandados en tomate.

afrontar. Y es que, el coste de las semillas puede variar, y de qué manera, dependiendo del cultivo. De este modo, y según las cifras hechas públicas por la Junta de Andalucía, el coste medio de la semilla para un metro cuadrado de pimiento es de 0,70 euros, mientras que, en el caso de la judía, ese precio por metro cuadrado cae hasta los 0,05 euros. Luego, elegir cultivo y, una vez ele-

gido, seleccionar la mejor semilla no es tarea fácil. Por ello, llegados a este punto de la campaña, lo mejor es echar un vistazo a los catálogos de las distintas casas de semillas para ver qué tienen de nuevo para la siguiente campaña y, si es posible, intercambiar impresiones con alguno de esos agricultores que, por un motivo u otro, ya han probado alguna de esas variedades que se

perfilan como la gran novedad para el próximo año.

¿QUÉ BUSCAN?

Cuando de seleccionar la mejor semilla para una finca se trata, un agricultor suele tener en cuenta muchas cuestiones, más allá del coste de la semilla. Entre ellas destaca, cómo no, que el cultivo elegido se adapte a su finca; no todas las fincas son iguales, las hay más al-

tas, más bajas, con más o menos humedad... Luego, la variedad elegida tiene que dar respuesta a una serie de cuestiones agronómicas, garantizando, de este modo, al agricultor el adecuado desarrollo de su cosecha. Pero una vez se ha encontrado la variedad más idónea para cada invernadero, y cómo no, para cada ciclo de cultivo, entran en juego otras cuestiones.

La productividad y la calidad del fruto son dos factores muy importantes; el primero, sobre todo, para el agricultor, que siempre busca una variedad que le garantice un mínimo de kilos, de modo que, cuando haga números, haya podido rentabilizar su inversión. La segunda, la calidad, es esencial no sólo para el agricultor, sino también para su comercializadora, ya que de ella dependerá el llegar o no a determinados mercados y el mantener o no a buenos clientes. Obviamente, dependiendo del producto y de su mercado, habrá que tener en cuenta otros factores, tales como los calibres, el perfecto color del fruto, su postcosecha...

Para dar respuesta a todas estas cuestiones y ayudar a los agricultores en su búsqueda de la mejor semilla, en las siguientes páginas encontrarán toda la información sobre lo que está por venir.

PARA LA PRÓXIMA CAMPAÑA

Zeraim Ibérica amplía sus catálogos de tomate y pimiento para el próximo año

Guanche, en ramillete, los cherry TC35218 y 601965, así como los pimientos tipo California Merkava y Tundra son sus nuevas propuestas

■ CIA

Zeraim Ibérica trabaja en la búsqueda de variedades adaptadas a las necesidades de los productores y prueba de ello es la ampliación de sus catálogos de tomate y pimiento para la próxima campaña. En tomate, la empresa ha lanzado este año un nuevo tipo de ramillete, Guanche, mientras que, para el próximo ejercicio, trabaja en el lanzamiento precomercial de dos tipos de cherry, TC35218 y 601965 (Karelya).



■ Guanche, uniformidad de fruto durante todo el ciclo.

Guanche destaca por ser una variedad vigorosa, con capacidad de ciclo largo y buen cuaje tanto con altas como con bajas temperaturas. Sus ramos ofrecen frutos de calibre M-G, redondos y con un color intenso, además de un alto nivel de grados Brix. Una de las mayores



■ Merkava permite hacer un ciclo largo de pimiento.

ventajas de Guanche es la uniformidad de su calibre durante todo el ciclo y, de hecho, ésta es una de las características que le ha valido para alcanzar un buen posicionamiento entre los agricultores de la provincia, que ya lo consideran un tomate a tener en cuenta en el segmen-

to de ramillete. Por otro lado, TC35218 es un tipo cherry que ofrece frutos redondos de entre 28 y 32 mm. Además, cuenta con una planta fuerte y una gran producción. Por su parte, el 601965 (Karelya) destaca por su calidad de fruto, ofreciendo tomates redondos para re-

colectar en suelto, con dureza, de un color rojo intenso, de entre 25 y 28 mm y un alto nivel de grados Brix.

En pimiento tipo California, Zeraim Ibérica acaba de lanzar dos nuevas variedades: Merkava y el amarillo Tundra (FAR 7918). El primero es un pimiento para siembras de la segunda quincena de julio que destaca por la posibilidad que ofrece de hacer un ciclo largo de pimiento, con producciones que llegan hasta abril y mayo con la misma calidad que un pimiento tardío. Con respecto al fruto, es de calibre G-GG y no tiene problemas de plateado. Además, es tolerante al cracking y al microcracking.

Trundra (FAR 7918), por su parte, es un California amarillo indicado para siembras de agosto y que aporta frutos de una excelente calidad entre febrero y abril, meses en los que suele escasear el pimiento amarillo en el mercado. Tundra (FAR 7918) tiene un excelente cuaje con frío y produce frutos muy uniformes, con calibres G-GG en todo el ciclo y con un alto porcentaje de frutos de cuatro casos.



iCaniles sabor!



Rojo es el color del tomate. Caniles es el sabor del tomate. La referencia.
El tomate que encarna el sabor y el color del auténtico tomate.
De apariencia inconfundible y sabor único. Caniles, el referente en sabor.



ZERAIM IBERICA
The Seed Company

www.zeraimiberica.com

DIAMOND SEEDS

Nuevas variedades de pera y suelto con alta resistencia y frutos de excelente calibre

Se trata del tomate pera TP 1212 y del suelto TS 1284, recomendados para trasplantes de mediados de agosto y enero-febrero

■ Elena Sánchez

La empresa Diamond Seeds está apostando fuerte por la campaña de primavera con nuevas variedades de tomate que ofrecen grandes ventajas tanto a agricultores como a los mercados de destino, no solamente por sus condiciones de producción, sino también por las características del fruto. En este sentido, la casa de semillas presenta dos novedades, una en tipo pera y otra en tipo suelto. La primera de ellas es TP 1212, un tomate pera pensado para el mercado nacional que destaca por ser una planta vigorosa, de entrenudos cortos y de fuerte raíz. Según comenta José Ginés de Haro, delegado de zona de Diamond Seeds, esta nueva variedad “se adapta muy bien tanto a trasplantes de otoño como de primavera, así como a cualquier zona de producción. Desde la empresa recomendamos que sus trasplantes sean de mitad de agosto (en ciclos de otoño), así como entre enero y febrero, si el agricultor lo quiere para primavera”. Este nuevo material es muy completo, ya que, además, cuenta con resistencias al virus de la cuchara, así como también a enfermedades de suelo, como fusarium o nematodos.

En cuanto a las características físicas del fruto, TP 1212 presenta una forma ovalada, propio del tomate pera, con cuello blanco y calibre G, “excelente para el mercado nacional”, asegura José Ginés de Haro. Además, su alta productividad y buena maduración está haciendo que ésta sea una variedad “muy atractiva para los agricultores, que ya están viéndola en campo y que empezaremos a comercializar la próxima campaña”. Por otro lado, la segunda de las novedades que propone



■ El tomate pera TP 1212 está pensado para mercado nacional.



■ La variedad TS 1284 es un tomate suelto que tiene buena postcosecha.

Diamond Seeds es el tomate suelto TS 1284, una variedad que goza de una gran productividad y de una “buena postcosecha y que está destinado al mercado nacional”, asegura el delegado de zona de la casa de semillas. Asimismo, este nuevo material goza de una planta vigorosa, de entrenudos cortos y precocidad media, con un fruto que destaca por su calibre GG y su buen cierre pistilar.

Una de las principales ventajas de TS 1284 es que tiene doble resistencia a cuchara y spotted, así como a distintas enfermedades de suelo. En cuanto a sus fechas de trasplante, al igual que TP 1212, este nuevo tomate está indicado para trasplantes de mitad de agosto (otoño) y los meses de enero y febrero (primavera).

CATÁLOGO

Además de estas novedades que presenta Diamond Seeds, el catálogo de tomate de esta empresa es bastante amplio, ya que con él se cubren todos los ciclos de producción, así como las exigencias de los agricultores. En este sentido, José Ginés de Haro destaca, una vez más, la variedad de tomate larga vida, destinada a exportación y mercado nacional Luana TY, indicada para ciclos cortos y



■ Cultivo de Luana TY, tomate larga vida muy productivo y consistente.

trasplantes a partir del 15-25 de agosto. “Se trata de un tomate muy productivo y muy consistente, con calibres M y G, propios, sobre todo, en sus fechas de siembra”.

Por su parte, dentro de la oferta de tomate cherry, las variedades de cherry pera Collina F1 y Seventy F1 son las más destacadas, por su buena postcosecha, frutos de gran coloración y cuello blanco, así como por su pequeño cierre pistilar y grados brix adecuados. Asimismo, son resistentes a la cuchara y spotted y están recomendados tanto para primavera como ciclos largos.



■ Cherry pera Collina F1, recomendado tanto para primavera como ciclos largos.

PIMIENTO

El coste de semilla más semillero se incrementa en la campaña 2012/2013 hasta los 0,70 euros por metro

El resto de productos también han sufrido un ascenso de precio, menos calabacín y judía que se mantienen estables

■ Elena Sánchez

Cada inicio de campaña, el agricultor tiene que hacer un gran desembolso en los diferentes insumos agrícolas para poner en marcha su cultivo y afrontar un nuevo ejercicio agrícola. Sin duda, el gasto mayor al que se tienen que enfrentar los productores es al de la semilla, cuyos costes siguen incrementándose cada campaña debido a diversos factores, provocando que, más de uno, se piense, detenidamente, si apostar por un cultivo u otro. Y es que, la semilla no tiene el mismo precio si se hace referencia al pimiento o a la judía, por ejemplo. En el caso del pimiento, este producto sigue siendo el más costoso del campo, ya que, según datos del Observatorio de Precios y Mercados, de la Junta de Andalucía, los costes directos medios de semilla más semillero son de 0,70 euros por metro cuadrado, 0,02 euros más que el ejercicio anterior, cuando el precio se situaba en 0,68 euros el metro, sin duda una cifra más que elevada que no se puede permitir todo agricultor a día de hoy, debido a los bajos precios que recibe por su género, así como por los elevados costes de producción, dos aspectos que no ayudan, para nada, a mantener un equilibrio durante la campaña.

Seguido del pimiento se encuentra, una vez más, el pepino, cuyos costes de semilla más semillero se elevan hasta los 0,44 euros por metro cuadrado, es decir, 0,26 euros menos que el pimiento, pero, aún así, precios altos para que pueda afrontarlos, cada campaña, un productor. No muy lejos del pepino está el melón galia, que para ser un fruto que se siembra únicamente en la época estival, su semilla y semillero se presentan con unos costes de 0,34 euros/m².

Por otro lado, el tomate, uno de los productos más demandados en

el campo almeriense, junto con el pimiento, y cuya superficie y producción aumentan cada año más, cuenta con un coste directo medio de semilla y semillero sin injerto bastante asequible, ya que, en la campaña 2012/2013, y según datos de la Junta de Andalucía, su valor se situó en los 0,29 euros por metro cuadrado. Sin embargo, si el productor se decanta por una semilla injertada, el coste se eleva más de 0,20 euros, hasta los 0,55 euros/m². Aún así, sigue saliendo bastante más rentable que el pimiento, teniendo en cuenta que el tomate es uno de

los frutos estrella del sector hortofrutícola almeriense, con grandes cifras de exportación.

Muy cerca del tomate se encuentra la sandía, por la que el agricultor paga 0,28 euros por metro tanto por semilla como por semillero, 0,02 euros más que si se hace referencia a la berenjena (0,26 euros/m²), uno de los productos secundarios del campo, pero, a su vez, una hortaliza en la que el agricultor cada vez confía más para afrontar la totalidad de la campaña.

Finalmente, calabacín y judía son los dos únicos productos que no han



■ Injerto de una planta de tomate. /FHALMERIA

visto alterado el coste de la semilla en la campaña 2012/2013. Por ello, la primera de ellas se mantiene en los 0,11 euros, en siembra directa, y en los 0,16 euros la semilla más trasplante realizado por el semillero para aquel agricultor que lo de-

manda de esta manera, tanto en otoño como en primavera, mientras que el productor de judía, en ambos ciclos, paga 0,05 euros/m² en siembra directa, y 0,12 euros por semilla más su paso por el semillero.



TOMATE LUANA TY

**PRODUCCIÓN Y RESISTENCIA
UNIDAS A LARGA VIDA**

**LUANA TY F1
IR: Cuchara TYLCV**

**Gran firmeza
y Sabor**



www.diamondseeds.com



www.facebook.com/diamondseeds

www.diamondseeds.com

C/ de la Casa Nova 17 - Apartado correos 93 - 08170 Montornès del Vallès - Barcelona - Spain
Tel. + (34) 93 370 96 69 - Fax. + (34) 93 379 57 61 - diamondseeds@diamondseeds.com

MÁS CERCA DEL AGRICULTOR

El Plantel Semilleros da un gran salto de calidad con una nueva página web más profesional

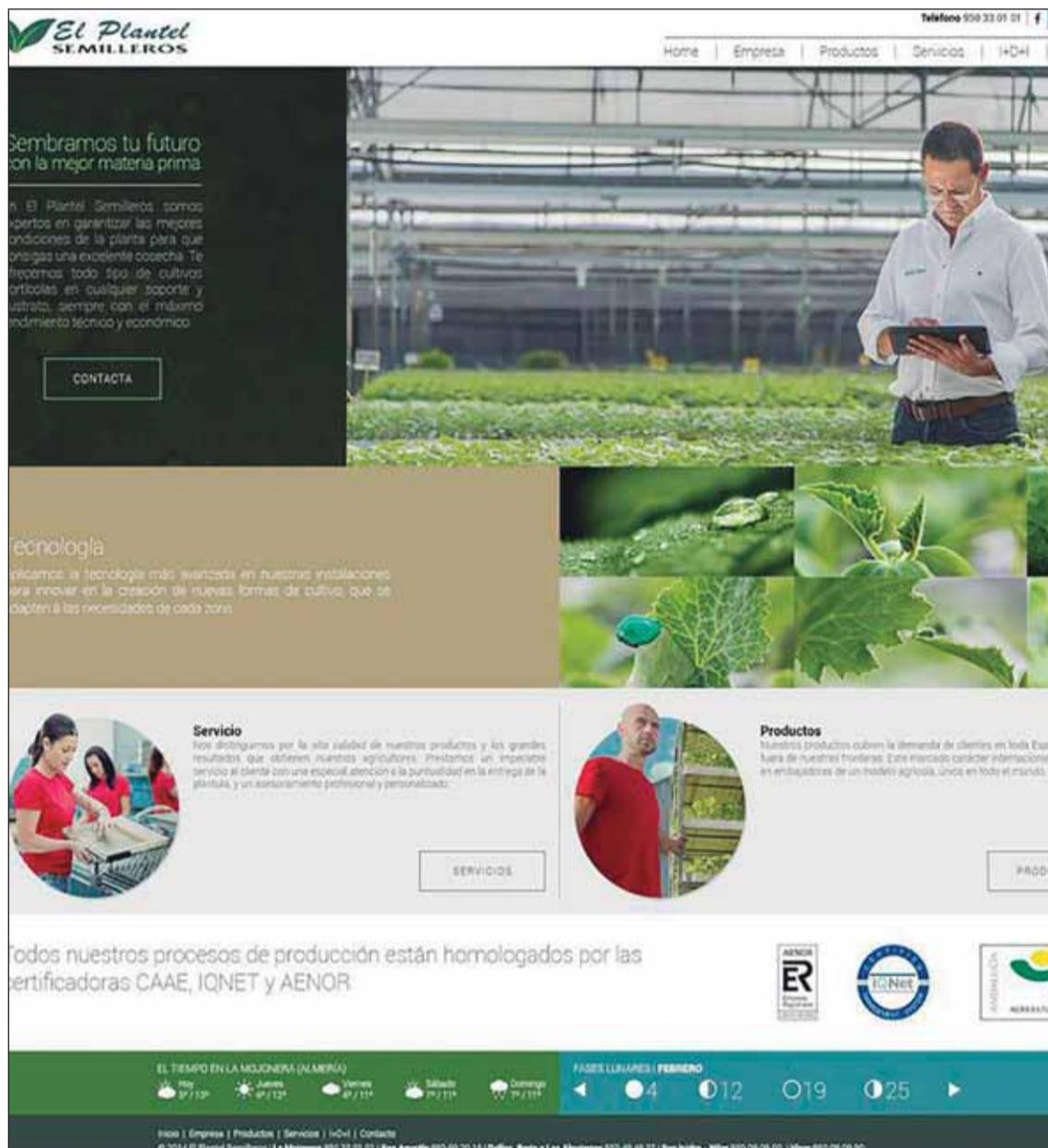
El nuevo portal muestra la continua investigación y renovación en materia de protección de las plantas que lleva a cabo la empresa

■ CIA

La empresa agrícola almeriense El Plantel Semilleros ha realizado una importante apuesta por mejorar su imagen de marca en Internet con el desarrollo de su nueva web profesional. El semillero, referente en su sector por la producción de plantas para todo tipo de cultivos hortícolas, está concienciado de que la web es la principal tarjeta de presentación de una empresa frente a clientes, proveedores y competidores de todo el mundo.

Por eso, ha confiado en la agencia de marketing y producción de contenidos para internet, DDInteractiva, que ha aplicado la última tecnología de diseño web adaptativo o adaptable para que la web de El Plantel Semilleros se vea perfectamente en todos los dispositivos móviles y se posicione por delante de la competencia en buscadores como Google.

La nueva web de El Plantel Semilleros cuenta con diferen-



■ La página web es accesible también desde cualquier dispositivo móvil.

tes secciones, entre ellas la de I+D+i donde describe las características técnicas de sus instalaciones y muestra la continua renovación e investigación en materia de protección de las plantas para el mejor rendimiento de la cosecha del agricultor.

El director general de El Plantel, Manuel Escudero, asegura que “el mercado demanda calidad e inmediatez en nuestro sector, por eso debemos adelantarnos a las necesidades futuras mediante la innovación continua y dando el mejor servicio al agricultor”.

Como valor añadido para los agricultores, El Plantel usa Métodos de Prevención de Errores en fincas que aseguran la trazabilidad de las plantas desde que salen del semillero hasta que se entregan al cliente. En la web se puede ver cómo cada plántula es visualmente identificada para facilitar su correcta manipulación a la hora de ser plantada por el agricultor. Conscientes de la importancia que tienen las condiciones meteorológicas y las fases lunares para la plantación de la cosecha, la web recoge esta información en tiempo real para que los agricultores puedan hacer mejor su planificación.

‘PASARELA INNOVA’

Fruit Attraction presentará las novedades en semillas

■ R. V. A.

Por tercer año consecutivo, la feria hortofrutícola más importante de cuantas se celebran a lo largo y ancho de la geografía española, Fruit Attraction, contará con un espacio destinado a la presentación de las últimas novedades, entre ellas las de semillas.

Para tomarle el pulso al sector de las frutas y verduras, cono-

ciendo de primera mano las últimas novedades, los asistentes han de visitar la exposición de ‘Pasarela Innova’.

En la nueva edición de la feria, que se llevará a cabo del 28 al 30 de octubre de este año, se presentarán semillas tan novedosas como las que ya se dieron a conocer el año pasado, entre las que destacaron, entre otras, las de la casa de semillas Rijk Zwaan. Así, según el listado

oficial de FEPEX e IFEMA, organizadores de la feria, esta empresa internacional dio a conocer su pepino snack ‘My Cubies’, así como su lechuga ‘Salanova’ y, ya en cuanto a cultivos de primavera y verano, su melón ‘Mellissimo®’.

Por otra parte, Caparrós Nature presentó su excelente tomate cherry en rama, el Consejo Regulador de la IGP Tomate La Cañada su tomate kumato, así como El Melonero SAT Hermanos Agudo Contreras hicieron lo propio con un melón tipo ‘piel de sapo’. Las casas de semillas tienen en ‘Pasarela Innova’ un aliado para dar a conocer sus últimas novedades.



■ El Consejo Regulador de la IGP Tomate La Cañada presentó novedades en 2013.

NOVEDADES

Ramiro Arnedo presenta sus novedades en pimiento California, Verdejo F1 y Merlot F1

■ Rafa Villegas

La casa de semillas española Ramiro Arnedo sigue apostando con decisión por la investigación y la innovación para ofrecerle siempre al agricultor unas variedades que cumplan, e incluso superen, sus expectativas. Sin ir más lejos, la empresa va a presentar un total de 17 variedades nuevas de las que resaltan, muy especialmente, los pimientos California Verdejo F1 y Merlot F1, así como el tomate Bronco F1, el pepino Belchite F1 y el calabacín Zaino F1.

CALIFORNIA VERDEJO F1

El pimiento California amarillo Verdejo F1 es una variedad indicada para trasplantes medios. Respecto a esta variedad, Antonio Muñoz, técnico de desarrollo de Ramiro Arnedo, ha explicado que, “además de la excelente calidad del fruto a lo largo de todo el ciclo, es muy destacable el elevado porcentaje de pimientos con cuatro lóculos”.

De Verdejo F1, Muñoz también ha destacado “su calibre G-GG, su alta consistencia” y, no menos importante, “su produc-

Además, la casa de semillas española destaca variedades de otros productos, como es el caso de su calabacín Zaino F1, su tomate en rama Bronco F1, así como su pepino tipo francés Belchite F1, todos de muy buena calidad



■ El California amarillo Verdejo F1 de Ramiro Arnedo. /FHALMERIA



■ El California rojo Merlot F1 de Ramiro Arnedo. /FHALMERIA

tividad”. En cuanto a la planta, presenta un porte semiabierto con cubrición y un buen comportamiento con calor.

CALIFORNIA MERLOT F1

La otra variedad a destacar es, sin duda, Merlot F1. Se trata de un pimiento California de un color rojo intenso y, como bien ha

resaltado Antonio Muñoz, “con un nivel muy bajo de silverelina”.

Desde la casa de semillas recomiendan su trasplante entre finales del mes de julio y la primera semana de agosto. Muñoz ha destacado que, al igual que Verdejo F1, “Merlot F1 presenta un elevado porcentaje de fru-

tos de cuatro lóculos y, en este caso, se trata de un pimiento muy uniforme, con un alto porcentaje de calibre G, lo que lo hace especialmente indicado para las cooperativas”. Todo ello con una elevada producción.

La planta de Merlot F1 es de vigor medio alto y entrenudos medios.

Tanto Merlot F1 como Verdejo F1 presentan las resistencias necesarias para tranquilidad del agricultor.

OTRAS VARIEDADES

Además de excelentes variedades de pimiento, Ramiro Arnedo también las tiene del resto de cultivos. Así, por ejemplo, en esta ocasión se destaca el tomate en rama Bronco F1, así como el calabacín Zaino F1 y el pepino francés Belchite F1.

De Bronco F1 destaca la alta consistencia de sus frutos y la buena conservación, sorprendiendo siempre con un ramo casi perfecto y tomates de entre 28 y 32 gramos. Se aconseja su trasplante entre el 15 de julio y el 15 de septiembre.

De Belchite F1 destaca su productividad y buen comportamiento en invierno, con frutos entre 19 y 23 centímetros de longitud, mientras que Zaino F1 es un calabacín de un color verde muy oscuro, con la piel lisa, ligero moteado y muy comercial.

MERLOT F1 VERDEJO F1

RAMIRO ARNEDO
semillas

Paraje La Molina, 54 • 04716 Las Norias de Daza, Almería

Tel. 950 587 991 • www.ramiroarnedo.com

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

Investigan adaptar semillas de secano y regadío a nuevos sistemas de agricultura sostenible

Entre los objetivos destaca reducir la pérdida de suelo por erosión y aumentar la rentabilidad de las explotaciones agrícolas

■ CIA

El sector de la I+D en el mundo agrícola está cada vez más presente y ocupa un papel importante dentro del desarrollo y el avance del mismo, con el fin de facilitar la labor al agricultor, así como también conseguir más productividad y un menor impacto medioambiental. En este sentido, el grupo de investigación AGR 126 'Mecanización y Tecnología Rural' de la Universidad de Córdoba ha puesto en marcha un estudio con el que se pretende investigar las posibilidades de adaptación de las semillas de secano y regadío a los nuevos métodos de agricultura sostenible, como la agricultura de conservación.

PÉRDIDAS DE SUELO

Los cultivos extensivos se han manejado, históricamente, mediante el laboreo del terreno, lo que ocasiona elevadas pérdidas de suelo por erosión, un descenso de la fertilidad del terreno y una mayor emisión de gases de efecto invernadero. Sin



■ Bandejas de semillas hortícolas.

embargo, con la aparición de nuevos sistemas agrícolas sostenibles, como la agricultura de conservación, que se basa en

mantener el suelo protegido por los rastrojos del cultivo anterior y en el que no se realiza ninguna labor de arado al suelo, pro-

porcionando una importante cantidad de beneficios para el agricultor y el medio ambiente. Por este motivo, los investigadores

de la Universidad de Córdoba son pioneros en España en la implantación y adaptación de estas técnicas a las condiciones planteadas. Así, han demostrado, a través de diversos proyectos, cómo estas técnicas reducen en más de un 80 por ciento la pérdida de suelo por erosión, disminuyen el consumo de gasoil en más del 50 por ciento, reducen en más de un 20 por ciento la emisión de gases de efecto invernadero en la producción del grano y aumentan la rentabilidad de las explotaciones al mantener las producciones y reducir, de manera importante, los gastos del cultivo.

En este sentido, los ensayos de esta nueva investigación se llevarán a cabo durante dos años por el GI AGR 126 'Mecanización y Tecnología Rural' junto con el personal de la empresa Eurosemillas, en la finca experimental propiedad de la Universidad de Córdoba estudiando variedades tanto en cultivos de secano como de regadío.

Sin duda se trata de un paso más adelante en el sector de las semillas, uno de los más innovadores dentro de la hortofruticultura no solo española, sino también mundial, con el fin de lograr corresponder a las demandas de agricultores y mercados.

AGRICULTURA ECOLÓGICA

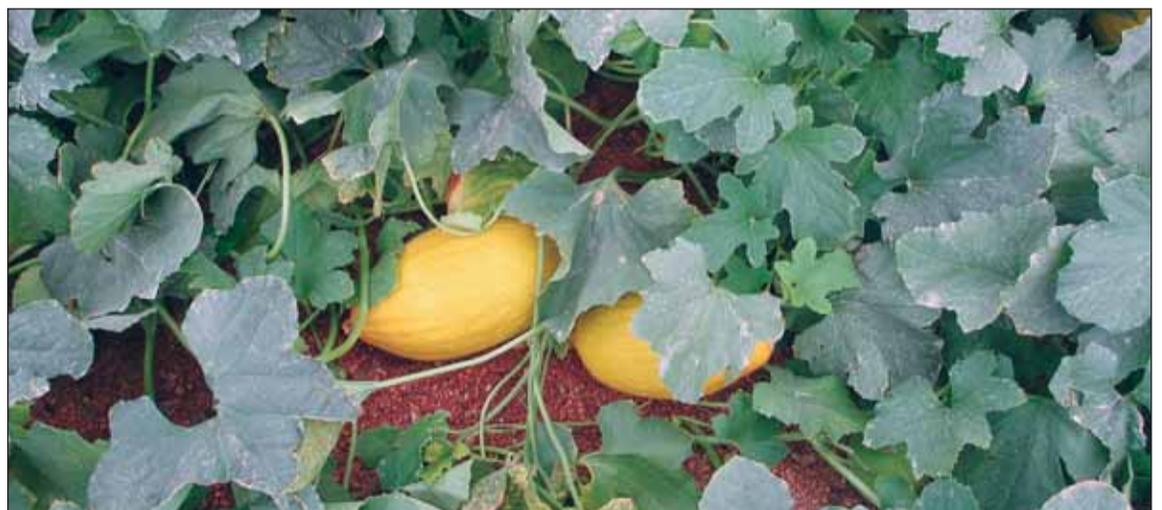
La mayoría de las variedades procede de otros orígenes

■ CIA

En agricultura ecológica, a pesar de que casi todos los sistemas de cultivo suelen contar con alguna variedad autóctona, normalmente la mayoría de las variedades proceden de lugares alejados. De hecho, según da a conocer la Junta de Andalucía a través de un estudio sobre agricultura ecológica, la disponibilidad actual de semillas a nivel local tiene poco que ver

con la que existía hace varios siglos. Y es que, existe una serie de regiones geográficas ricas en biodiversidad llamadas centros de origen de los cultivos.

En este sentido, por ejemplo, las semillas de tomate, pimiento o judía ecológica tienen su centro de origen en Sudamérica, mientras que el del pepino o berenjena es indio, el del melón es asiático central y el de la sandía, el centro de origen es



■ Plantación de melón amarillo.

etíope. La mayoría de estas especies cultivadas, aunque proceden de otros lugares del mun-

do, llevan mucho tiempo siendo utilizadas por los agricultores en el área mediterránea, lo

que ha hecho que se desarrollen variedades locales, tradicionales o localmente adaptadas.

TOMATES DE PHILOSEED

Pyconel y Elaurora, variedades tolerantes al rajado, más productivas y de gran sabor

■ Elena Sánchez

Philoseed España es una empresa que cuida cada detalle en el proceso de creación de una nueva variedad hortícola, ya que está especializada en el desarrollo de semillas dirigidas a ofrecer la solución ideal para cada zona de cultivo y mercado final al que va dirigido dicho fruto. Por este motivo, y apostando en todo momento por estar a la vanguardia de las demandas del mercado, así como de agricultores, Philoseed presenta dos nuevas variedades de tomate que van a satisfacer las necesidades del sector.

PYCONEL

La primera novedad es Pyconel, un tomate tipo cocktail rojo, que está recomendado para recolección en rama. Desde la empresa aseguran que se trata de una variedad muy productiva y que cuenta con una excelente vida postcosecha, uno de los aspectos fundamentales en las variedades hortícolas de hoy día, puesto que permite que el fruto aguante, en perfectas condiciones, el transporte de origen a destino. Asimismo, otra de las características a destacar de Pyconel es que su fruto es redondo y liso, de color rojo intenso y con un excelente sabor. Además, en cuanto a sus aspectos físicos se refiere, esta variedad de tomate tipo cocktail presume de una gran firmeza y conservación ofreciendo ramilletes muy homogéneos. Dentro de los puntos destacados de la planta, Pyconel tiene un cre-



■ Pyconel está indicada para ciclos largos de cultivo con trasplantes entre mediados de agosto y primeros de septiembre.



■ Elaurora es un tomate tipo cherry rojo para recogida en rama y suelto.

cimiento indeterminado, con un vigor medio y un porte abierto de planta, así como entrenudos medios, ofreciendo más ventajas, si cabe, al agricultor. En cuanto al cuaje de la planta, uno de los aspectos en los que más se fija el productor, debido a las diversas temperaturas que se sufren en el campo almeriense, es muy bueno y firme durante todo el ciclo.

Pyconel, que goza de una alta tolerancia al rajado, es una variedad especialmente indicada para ciclos largos, con trasplantes comprendidos entre la segunda quincena de agosto y la primera de septiembre.

ELAURORA

La segunda de las novedades presentadas por Philoseed para la próxima campaña es Elaurora, un tomate tipo cherry rojo, para recogida en rama y suelto. Destaca por ser una variedad muy productiva y precoz, algo muy positivo para aquellos agricultores a los que les gusta contar con producción temprana.

Elaurora tiene una alta tolerancia al rajado y microcracking y su planta goza de un vigor alto y porte abierto, con entrenudos medios. Además, su buena floración y cuaje durante todo el ciclo lo convierten en un tomate ideal para el agricultor que, o bien quiera hacer trasplantes en ciclos de primavera-verano bajo plástico, malla y aire libre, o bien apueste por ciclos largos de invierno con trasplantes comprendidos entre la segunda quincena de agosto y la primera de septiembre.

Especialistas en semillas



www.philoseed.es

PhiloSeed

SEGÚN ANOVE

Empresas invierten hasta 1,5 millones en el desarrollo de una nueva variedad

Para ello, las compañías del sector apuestan fuerte por la I+D y, de hecho, en torno al 20% de sus ingresos se invierte en investigación

■ Isabel Fernández

El coste medio para poner una nueva variedad en el mercado es de entre 1 y 1,5 millones de euros y se tarda, de media, entre 10 y 12 años en conseguirlo. Así lo afirmaron desde la Asociación Nacional de Obtentores Vegetales (ANOVE) desde donde recordaron que, para ello, las empresas del sector realizan importantes inversiones. Tanto es así que, según las cifras de ANOVE, “alrededor del 20% de los ingresos de la industria de semillas se invierte en I+D”, llegando a alcanzar el 24% en el caso de las semillas para cereal de invierno. Con estos números, la de las semillas “es la industria que más apuesta por la I+D, junto con el sector farmacéutico y por encima de otros como el de la automoción, aeroespacial, energía o alimentación”.

Teniendo esto en cuenta no es de extrañar que el 81% de las empresas que trabajan en este sector cuente con personal específico asignado para las tareas de I+D, según recoge el estudio realizado por el CREDA-UPC-



■ Las empresas con departamentos de I+D son las que generan, además, la mayor parte de los empleos en este sector. /FLICKR

IRTA para ANOVE y que muestra, además, que “son las empresas con departamento de I+D las que generan el 92% de los empleos totales” de este sector en España. Según este mismo estudio, realizado entre las principales empresas de obtención vegetal del país, el empleo en I+D representa un 32% de los ocupados en el total de empresas y un 35% de los ocupados en las empresas con departamentos de investigación. Esta cifra es, según ANOVE, “especialmente destacable si se compara con la red de ventas, que representa el 23% de las plan-

tillas”, lo que vienen a demostrar “la importante apuesta de este sector por la investigación en España”.

Para José María Gil, director del estudio en el CREDA, “la singularidad de este sector en España es que la mayoría de las empresas investiga y lo hace de forma muy relevante”. En esta misma línea se pronunció Eduard Fitó, coordinador del estudio desde ANOVE, quien afirmó que “España, además de ser uno de los mercados de semillas más grandes del mundo” tiene la gran ventaja de que “casi la totalidad

de las empresas que operan en él desarrollan actividades de I+D”.

ANOVE es la asociación que agrupa a las compañías y centros públicos dedicados a la generación de valor añadido en el sector agroalimentario, a través de la investigación, el desarrollo y la explotación de nuevas variedades vegetales. Su misión, según afirman desde la propia asociación, es representar al sector de la obtención vegetal, promoviendo la defensa de sus intereses y el conocimiento de su actividad. Agrupa a un total de 44 compañías.

COTIZACIONES

Holanda entra en el mercado y hunde el precio de la berenjena local

■ I. F. G.

La berenjena es, si cabe, uno de los productos que más bajos precios está cosechando en las últimas semanas; sin ir más lejos, esta hortaliza afrontó los últimos días de marzo con precios que a duras penas alcanzaban los 0,35 euros el kilo, unos números muy lejos de su rentabilidad. Entre las causas de este menor precio de la berenjena, el último ‘Informe de Seguimiento del Sector Hortícola Protegido’, elaborado por la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, apuntaba, entre otras cuestiones, a la entrada en el mercado de Holanda, que “ya dispone de producción propia” y, es más, “está ofertando cantidades significativas de berenjena a bajos precios”.

Esta tendencia se inició en torno a mediados de marzo y, desde entonces, la berenjena almeriense no está pasando por su mejor momento. Aún así, en el caso de la berenjena larga, sus precios no distan mucho de los de hace un año por estas mismas fechas, cuando sus precios oscilaban entre los 0,30 y 0,35 euros de media. Con estos números, las plantaciones de berenjena se aproximan, muchas de ellas, al final de su ciclo y esperan dar paso ya a los productos de primavera.

EL FUTURO DEL SECTOR

Los aumentos de productividad son fruto de la mejora varietal

■ I. F. G.

Que las nuevas variedades de semillas son cada vez más productivas es una realidad. Tanto es así que, según los datos con los que cuenta la Asociación Nacional de Obtentores Vegetales (ANOVE), en los últimos 20 años, casi la gran mayoría de los incrementos de productividad se derivan de la incorporación al

mercado de nuevas variedades y de la mejora varietal. Este aumento de la productividad cobra aún mayor importancia si se tiene en cuenta que, según la FAO, en el año 2050, la población mundial podría rondar los 9.000 millones de habitantes, por lo que este organismo internacional estima que será necesario un incremento del 70% de la producción de alimentos.

Pero no sólo eso, cuando llegue ese año 2050, la población mundial se prevé que esté mucho más envejecida, por lo que no sólo será necesaria una mayor cantidad de alimentos, sino también la producción de unos alimentos que garanticen una alimentación saludable y, cómo no, que sea respetuosa con el medio ambiente. Éstas son, ya hoy, algunas de las máximas con las que trabaja el sector.



■ Planta cargada de tomates. /FHALMERÍA

Los precios de las subastas en tu iPhone o Android totalmente gratuitos



Envía la palabra **CODIGO**



a

fhalmeria@fhalmeria.com

o un WhatsApp al **656 337 500**

y te devolvemos el mensaje con un código de activación de esta aplicación para que tengas los precios de las principales subastas

TOTALMENTE GRATIS

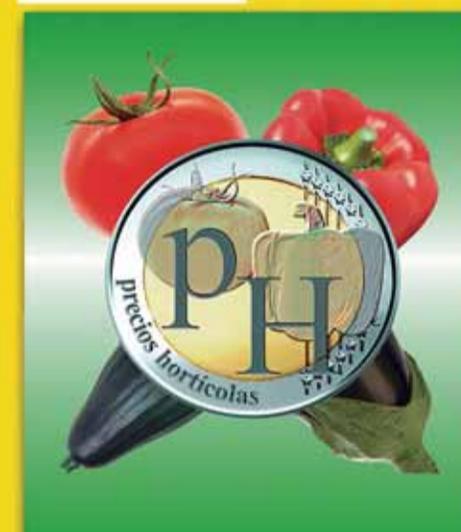
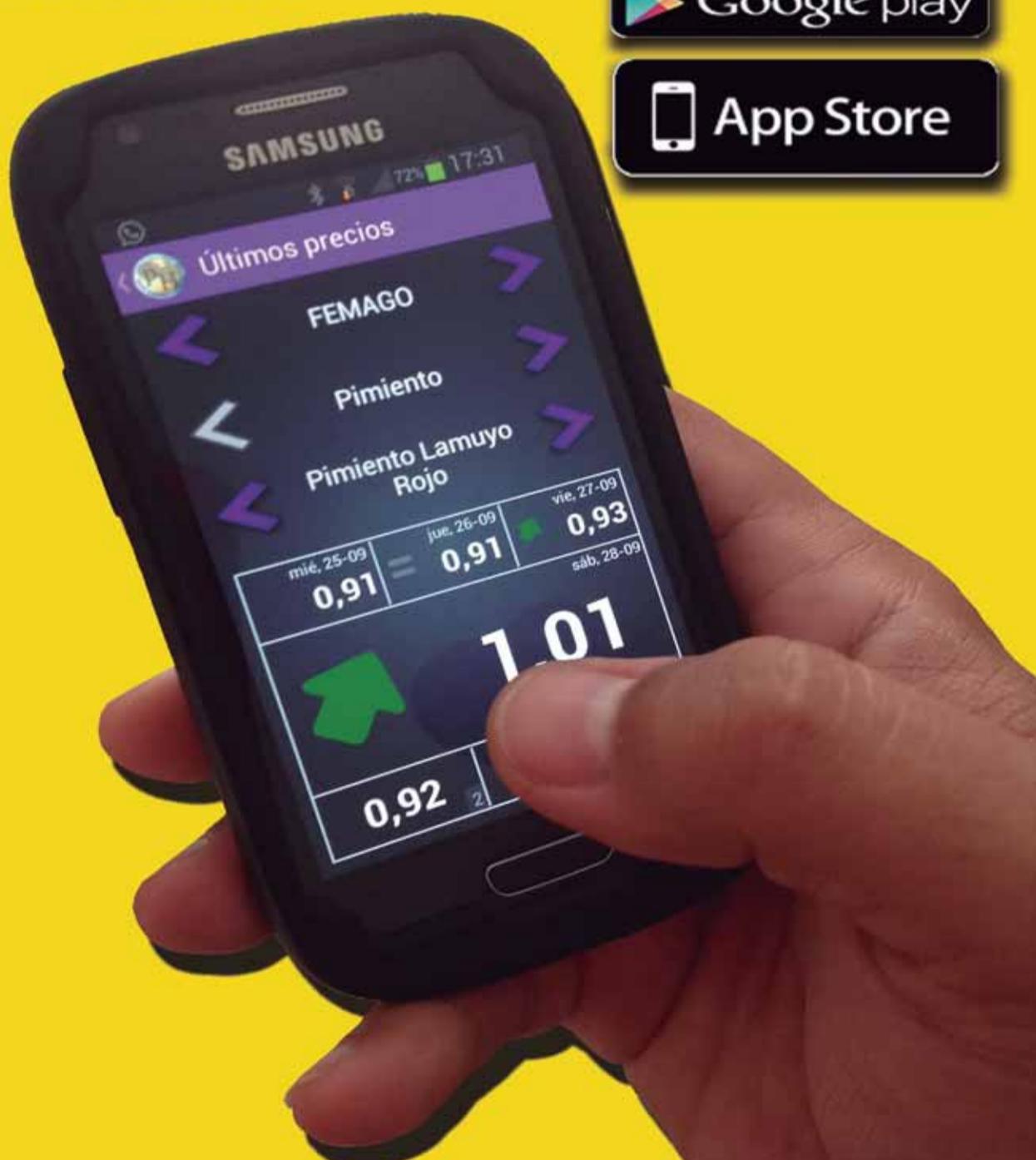
1º Te descargas la aplicación en App Store o en Google Play. La buscas poniendo su nombre "Precios Hortícolas"

2º Aceptas las condiciones de uso de la aplicación.

3º Abres "Ajustes"

4º Dentro de "Ajustes", abres "Newsletter" y pones tu correo electrónico y el código que te enviamos

5º Rellena el formulario que te aparece, es muy sencillo, apenas son tres preguntas. Y ya tendrás la aplicación totalmente gratis durante toda la campaña 2014/2015 con las principales subastas de Almería, y algunas de Granada. Intentaremos que estén todas.



TIPOS FRANCÉS Y ALMERÍA

Rijk Zwaan solventa el problema del oídio para toda la campaña con sus variedades de pepino

La casa de semillas presenta el 22-959 RZ, en pepino francés, mientras que en tipo Almería apuesta por Pradera RZ, Litoral RZ y Valle RZ

■ Elena Sánchez

Rijk Zwaan sigue innovando y estando a la vanguardia del sector hortofrutícola con el fin de ofrecer las mejores variedades al agricultor, así con el objetivo, también, de cubrir las necesidades del mismo, tanto en fechas de trasplante como en variedades que afronten, sin problemas, los diversos contratiempos propios de la campaña. En este sentido, dentro del catálogo de pepino, la casa de semillas ha dado a conocer su nueva variedad de tipo francés, el 22-959 RZ. Este material se encuentra dentro del concepto ‘blue leaf’, variedades que se caracterizan por contar con resistencia a oídio, que añaden a su resistencia al virus de las venas amarillas y a su excepcional comportamiento frente a amarillo. Esa resistencia a oídio supone una serie de ventajas más que interesantes para el agricultor, sobre todo teniendo en cuenta que, cada día, son más los productores que apuestan por el control biológico de plagas, un método de cultivo que busca la reducción del uso de productos químicos en pro de una agricultura más sostenible.

PEPINO FRANCÉS

El pepino francés 22-959 RZ está indicado para siembras de otoño-invierno y cuenta con una alta capacidad de producción y desarrollo vegetativo en los meses de diciembre y enero. Además, se caracteriza por ser una planta abierta, “con uno o dos frutos por coyuntura, por lo que la recolección es muy continuada y la fruta de muy buena calidad”, indica José Luis Ruipérez, responsable de pepino y pimiento de Rijk Zwaan. Desde la casa de semillas, además, indican que con esta variedad se completa el ciclo productivo de invierno, ya que el de primavera-verano está cubierto con Touareg RZ F1. Por otro lado,



■ La nueva variedad de pepino francés 22-959 RZ tiene una alta capacidad de producción y desarrollo vegetativo en los meses de diciembre y enero.



dentro del catálogo de pepino Almería, Rijk Zwaan tiene la campaña muy definida con variedades que reducen el impacto del oídio, poniendo a disposición del agricultor Pradera RZ, Litoral RZ y Valle RZ.

PRADERA RZ

El primero de los materiales, Pradera RZ es un pepino largo para siembras de primavera y verano que está dentro del concepto ‘blue leaf’. Además, “sus frutos son de excelente calidad y peso, ya que se mantienen siempre dentro de los rangos comerciales”, explica José Luis Ruipérez, quien también añade que “Pradera RZ se adapta muy bien a las épocas de baja humedad y altas temperaturas”.

LITORAL RZ

Continuando el ciclo productivo, Rijk Zwaan propone Litoral RZ, variedad ‘blue leaf’, resistente al oídio y recomendada para siembras de septiembre. Según Ruipérez, se trata de una variedad “muy rústica, ya que, bajo muy diferentes ambientes de cultivo, su calidad y producción son muy estables, demostrando ser una variedad muy segura para el agricultor”.



■ Pradera RZ está indicado para siembras de primavera-verano.



■ Litoral RZ está recomendado para trasplantes de septiembre.

VALLE RZ

En tercer lugar, el ciclo se cierra con Valle RZ, variedad ‘blue leaf’ resistente a oídio. Este pepino largo “es líder en los trasplantes más complejos de octubre y ha demostrado su solvencia de producción y calidad en los meses más fríos, mostrándose, además, como un seguro de producción para el agricultor en los últimos años”.

Por todo ello, desde Rijk Zwaan aseguran que, con estas tres variedades, el agricultor encuentra solución para cualquier fecha de siembra.



■ Valle RZ, pepino largo líder en los trasplantes más complejos de octubre.

AMPLIO CATÁLOGO DE VARIEDADES

Ciclo largo y nuevas resistencias, las apuestas de Rijk Zwaan en pimiento

Oídio y nematodos, como nuevas resistencias, y variedades que producen durante más meses, las novedades de la empresa

■ Elena Sánchez

La casa de semillas Rijk Zwaan entiende y conoce la necesidad del agricultor de tener producción durante más meses al año teniendo, así, disponibilidad de producto toda la campaña hortofrutícola, por lo que las nuevas variedades de la entidad dan la posibilidad de alargar el ejercicio agrícola tanto como el productor quiera. En este sentido, Rijk Zwaan ofrece un amplio catálogo de variedades de pimiento que cumplen, a la perfección, con esas necesida-



■ El 35-185 RZ es un California resistente a oídio.



■ La variedad 35-186 RZ aporta resistencia a nematodos.

des. Así, dentro de la oferta de California, José Luis Ruipérez, responsable de pimiento y pepino de Rijk Zwaan, recomienda Nirvin RZ, “un California rojo indicado para trasplantes de junio y primeros de

julio, con resistencia a oídio. Está destinado a ciclos largos y el fruto está libre de plateado”. Junto a esta variedad, desde la casa de semillas también presenta algunas novedades. Entre ellas se encuentra el

35-185 RZ, un California rojo para ciclos largos resistente a oídio e indicado para siembras de julio. “La fruta goza de una excelente calidad en cuajes en pleno invierno”, explica Ruipérez. Además, este pi-

miento destaca también por no tener silverelina.

Como segunda novedad está el California rojo 35-186 RZ, un material recomendado para trasplantes tardíos, que aporta resistencia a nematodos y no sufre silverelina. Asimismo, el tercero de los California que se une al catálogo de Rijk Zwaan es el 35-246 RZ, un pimiento amarillo para trasplantes de junio, que destaca “por ser muy productivo y resistente a nematodos, algo muy a tener en cuenta por parte del agricultor”, asegura el responsable de pimiento y pepino de la casa de semillas.

Por otro lado, dentro de la oferta de pimiento lamuyo, la firma destaca Eslora RZ, un tipo rojo, de calibre grande, que lo mantiene toda la campaña, de excelente calidad y consistencia en rojo.

Finalmente, en italiano, José Luis Ruipérez hace especial mención a Giulio RZ, un italiano verde para trasplantes tardíos, que goza de una fruta muy atractiva, brillante, rugosa y de color oscuro. Además, su producción y tamaño de fruto son excelentes en los meses de invierno.

No te conformes con la plata ...

Ve a por el ORO

Trumpet RZ

- Para ciclo tardío
- SIN PLATEADO

- Calibre “G” uniforme
- Buen cuaje con calor y frío



Sharing
a healthy
future



PARA TODOS LOS CICLOS

La mejor calidad de piel y sabor en los nuevos tomates de Rijk Zwaan

La empresa ha ampliado su catálogo con un tomate cuello verde, un suelto y dos ramas, además de seguir innovando en especialidades

■ Isabel Fernández

En Rijk Zwaan continúan trabajando para ofrecer variedades que cumplan con las exigencias tanto de los agricultores como de los consumidores, de ahí que sus últimas propuestas se caractericen, en general, por contar con un buen sabor, además de por ofrecer un fruto de calidad y uniforme durante todo el ciclo. Con estas máximas, la empresa de semillas acaba de lanzar cuatro variedades de cara a la próxima campaña: 74-336 RZ, un tomate para recolección en suelto, 74-217 RZ y 74-219 RZ, dos ramas, y, por último, 74-687 RZ, un tomate tipo beef cuello verde.

El 74-336 RZ es un tomate para recolección en suelto, indicado para trasplantes de finales de agosto y septiembre. Según afirmó Manuel Hernández, especialista de Cultivo de Tomate de Rijk Zwaan, el 74-336 RZ es un tomate “para pleno invierno y para hacer ciclos largos”; de hecho, se caracteriza por tener una “planta vigorosa, además de por su precocidad”. Con res-



■ El 74-219 RZ es un tomate ramo con resistencia a *Leveillula taurica* (Lt), un oídio.

pecto al fruto, el 74-336 RZ ofrece un tomate “de calidad, que mantiene un calibre G en invierno”. Además, tiene una larga vida postcosecha.

Por otro lado, la empresa cuenta con dos nuevos tomates rama: el 74-217 RZ, indicado para trasplantes de finales de agosto y septiembre, y el 74-219 RZ, para trasplantes de todo el mes de agosto y principios de septiembre. El 74-217 RZ es un “tomate rama con muy buen comportamiento en invierno y calibre M-G”. En esos meses de frío, “mantiene el calibre y la calidad de los frutos, que tienen forma achatada”. Pero no sólo eso, el 74-217 RZ cuenta con resisten-

cia a *Leveillula taurica* (Lt), un tipo de oídio. Por su parte, el 74-219 RZ es una variedad que permite la recolección tanto en ramo como en suelto y que se caracteriza por “hacer buenos cuajes con calor”. Asimismo, con respecto al fruto, ofrece tomates “de muy buen color, con mucha firmeza, sabor y buen calibre”. Al igual que el 74-217 RZ, el 74-219 RZ también cuenta con resistencia a *Leveillula taurica* (Lt). Con estas dos nuevas variedades de tomate en rama, Rijk Zwaan aporta “un valor añadido” a su catálogo, incorporando variedades que “cuentan con muy buena calidad, sabor y color y que, además, incluyen resistencias”.



■ El 74-687 RZ es un tomate cuello verde para ciclos de otoño, primavera y verano.

La última novedad de Rijk Zwaan en tomate de cara a la próxima campaña es el 74-687 RZ, un tomate beef cuello verde recomendado para trasplantes de la segunda quincena de agosto y septiembre, para un ciclo de otoño-invierno, y de mitad de enero a mitad de marzo, para primavera. El 74-687 RZ es una variedad para recoger en pintón, que se caracteriza por tener una planta “equilibrada y rústica”, así como por ofrecer “frutos uniformes, de calibre GG, hasta el final del ciclo”. Con esta nueva variedad, según apuntó Hernández, Rijk Zwaan busca complementar a Montenegro RZ y Pradollano RZ en el segmento

de tomate cuello verde. El objetivo es “tener disponibilidad durante todo el año de un producto estable, con las mismas características”.

ESPECIALIDADES

Por último, Rijk Zwaan continúan trabajando para incorporar nuevas variedades a su catálogo de especialidades de tomate que “tengan buen color y sabor, pero aportando también una planta rústica y con resistencias”. El primer resultado de este arduo trabajo de investigación es Nancy RZ, un cherry redondo que, “manteniendo producción y resistencias, tiene un buen sabor”, concluyó Hernández.

EN JUDÍA

Faiza RZ garantiza un alto rendimiento en invierno gracias a su gran rebrote

■ I. F. G.

Faiza RZ es la última novedad en judía plana de enrame (tipo helda) de Rijk Zwaan para la próxima campaña. Según comentó Manuel Correa, especialista de Cultivo de la empresa, esta variedad destaca por su “gran capacidad de rebrote”, que le permite alcanzar “un alto rendimiento en invierno”. De hecho, según afirmó Correa, “Faiza RZ destaca, sobre todo, en invierno y si se hace un ciclo largo de judía, ya que te permite tener un



■ Fascine RZ, calidad los doce meses.

mes más de recolección que con cualquier otra judía”. A esto hay que añadir, como característica “determinante”, que Faiza RZ cuenta con “un color de fruta mucho más oscuro, algo que, al final, se traduce en “una muy buena postcosecha, con un menor índice de mancha marrón en destino que las variedades tradicionales”. Faiza RZ cuenta, además, con “una alta producción, muy uniforme, y con una alta calidad de fruta”. Asimismo, está exenta de fibra y de pergaminos.



■ Faiza RZ cuenta con un color más oscuro que las judías tradicionales.

Junto a Faiza RZ, su última novedad, Rijk Zwaan sigue apostando por Fascine RZ, otra judía plana de enrame que destaca por su “calidad uniforme durante los doce meses del año”, y por Fez RZ, una judía también plana de enrame pero, en esta ocasión, para ciclo

corto. Fez RZ se caracteriza por “su buen comportamiento en primavera y verano en zonas secas y cálidas”. Por ser para ciclo corto, es una variedad “precoz”, que cuenta, además, “con un color verde muy atractivo y una buena postcosecha”.

FINANCIACIÓN
AGRO

Tarjeta Agrofuerte



**La Tarjeta líder
del sector agroalimentario**

Toda la flexibilidad para adaptar
cada uno de tus pagos al ciclo
de vida de tu explotación.



LÍNEAS DE TRABAJO

Las casas de semillas se afanan en la búsqueda de nuevas variedades de pimiento sin silverelinas

Desde hace varios años, los mercados ponen cada vez más trabas a los frutos que presentan este defecto de la piel en rojo y en verde

■ Isabel Fernández

Las cada vez mayores exigencias de los mercados de exportación a la hora de adquirir producto en fresco están haciendo que las casas de semillas trabajen duro para desarrollar variedades acordes a esas demandas. Unas demandas que, en los últimos años, están obligando a la búsqueda de variedades de pimiento tipo California que no presenten problemas de silverelinas o silvering. Éste es un defecto de la piel que nada tiene que ver con la mancha plateada producida por el trip cuando se alimenta del fruto. En este caso, se trata de una mancha plateada producida por la creación de una cámara de aire entre la epidermis y la carne del fruto y que muchos de los técnicos del sector achacan a la temperatura y a la humedad extremas.

Hasta hace unos años, los mercados eran especialmente exigentes con este tipo de manchas en los frutos verdes, donde son mucho más apreciables; sin embargo, en los últimos tiempos, también están rechazando los pimientos California rojos que pre-



■ Pimiento California verde con problemas de silverelinas. /FHALMERÍA

sentan este problema. En el mejor de los casos, y según comentan desde algunas comercializadoras del sector, el género con este tipo de defecto de la piel se termina comercializando como segunda categoría, pero la situación puede agravarse y llegar a un punto en el que, directamente, estos mercados se cierran a los frutos con problemas de silverelinas. De ahí que las empresas de semillas lleven años trabajando para hallar variedades que den respuesta a

una demanda creciente de ausencia de silverelinas en pimiento y, de hecho, el trabajo se ha acentuado tanto en este sentido que, hoy por hoy, la mayoría de las grandes compañías del sector cuentan, al menos, con una variedad 'libre de silverelinas'.

Y no es para menos. A nadie se le escapa que, en muchas ocasiones, 'comemos por los ojos' y, cómo no, un fruto con un defecto en la piel es, sin lugar a dudas, el más proclive a quedarse en



■ Los mercados también rechazan los frutos rojos con este problema. /FHALMERÍA

el fondo de los lineales de los supermercados, desde donde, con toda probabilidad, pasará a la basura. Para evitar estas pérdidas que perjudican, primero, al productor y, en última instancia, a las comercializadoras y supermercados, las empresas de semillas ya se han puesto manos a la obra.

Y es que el tema no es ninguna tontería. Sólo durante la pasada campaña, en la provincia se cultivaron 9.378 hectáreas de pimiento, según los datos de la De-

legación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente. En esta superficie se produjeron más de 650.000 toneladas de género que, una vez comercializado, sumó más de 555 millones de euros. Las cifras hablan por sí solas y ponen de manifiesto la importancia que para una provincia como Almería, en la que el pimiento es el segundo producto más cultivado, tiene contar con variedades que respondan a las demandas de sus mercados.

SEGÚN CAJAMAR

Las exportaciones de berenjena crecieron un 8% el pasado año

■ I. F. G.

Las exportaciones de berenjena de la provincia crecieron un 8,1% durante la campaña 2013/2014, según recoge el 'Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería' elaborado por Cajamar Caja Rural y relativo a ese ejercicio. Entonces, la provincia comercializó en el exterior 97.130 toneladas de berenjena frente a las 89.883 de un

año antes, que alcanzaron un valor final comercializado de casi 92 millones de euros.

Según recoge el citado informe de Cajamar Caja Rural, las exportaciones de berenjena crecieron durante la pasada campaña debido al aumento de la demanda de los mercados comunitarios, fundamentalmente de los denominados de la UE-15, además de Polonia. Sólo Italia disminuyó su compra de berenjena

en la provincia y lo hizo en un 10,8%, según las cifras de Cajamar.

En total, durante el último ejercicio cerrado, en Almería se cultivaron 1.908 hectáreas de berenjena, prácticamente la misma superficie que un año antes. Su producción sumó más de 150.000 toneladas, lo que significa que en torno a dos tercios de su volumen se comercializó fuera de las fronteras nacionales.



■ Las exportaciones de berenjena sumaron 92 millones de euros.

DE SEMILLAS FITÓ

Amalia, la berenjena para siembras tempranas con más producción en enero y febrero y una excepcional postcosecha

■ CIA
Semillas Fitó ha sido tradicionalmente líder en berenjena con variedades como Cristal o Erica, bien conocidas y valoradas por los agricultores. Gracias a sus programas de mejora desarrollados en sus centros de I+D+i, como el de Santa María del Águila, en El Ejido (Almería), sigue innovando en este segmento del mercado, presentando en este 2015 una nueva variedad: Amalia, con más producción en los meses donde el precio es más alto y una excepcional vida postcosecha.

Amalia se ha desarrollado para siembras más tempranas que las variedades tradicionales de berenjena de Fitó, aportando muchas ventajas para el agricultor. Según

comenta Miguel Ángel Fernández, técnico comercial de Semillas Fitó, "Amalia es una variedad recomendada para siembras tempranas, desde julio hasta mediados de agosto, y aporta ventajas claras frente a la variedad líder en su segmento, entre las que destacan que es de entreno corto con pocos tallos laterales, lo que reduce la mano de obra. Además, aporta un (mayor) punto de vigor de planta, que le da mejor color, bastante más brillo, la planta está más fresca y, lo que es más importante, da más y mejor producción en los meses de enero y febrero, cuando el precio de la berenjena es normalmente más alto". Amalia cuenta, asimismo, con una importante ventaja en postcosecha, como afirma Fernández: "Amalia es la variedad de berenjena con más

consistencia y postcosecha del mercado, según un estudio realizado por TECNOVA, lo que le permite mantenerse hasta tres días más fresca que otras variedades en el lineal del supermercado".

Además, mantiene una producción estable durante todo el ciclo, ya que tiene una enorme facilidad de cuaje, lo que supone que siempre hay frutos de diferentes tamaños, permitiendo mantener una continuidad en la recolección. Por último, de cara a la exportación, el cáliz siempre se mantiene verde y no tiene espinas.

Junto a la oferta en berenjena semilarga de Fitó con Amalia, Cristal y Erica, la compañía también tiene una apuesta ganadora en berenjena rayada con Esmeralda y Nerea. Esmeralda, para siembras



■ El cáliz de Amalia se mantiene siempre verde y no tiene espinas. /FHALMERIA

de agosto hasta mediados de septiembre en Almería, y Nerea desde la segunda semana de octubre hasta enero, cuentan con una planta abierta, de vigor medio, baja exigencia en mano de obra y gran fa-

cilidad de cuaje. El fruto es semilargo, muy consistente, de intenso color violeta y blanco marfil. Esmeralda y Nerea mantienen la calidad y uniformidad a lo largo de todo el ciclo.

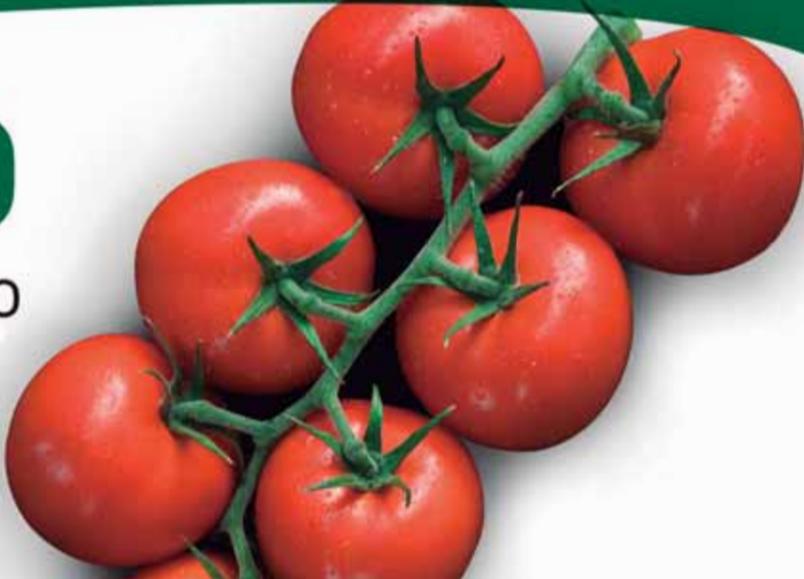


ATENEO

Calibre en ramo

PALADIUM

Sabor y calidad



CAMPAÑA DE PRIMAVERA



■ Cultivo de calabacín en invernadero. /FHALMERIA

Agricultores alargan sus cultivos de calabacín debido a los buenos precios

■ I. F. G.
Los precios competitivos que aún mantiene el calabacín están haciendo que sean muchos los agricultores que hayan optado por alargar su ciclo, postergando, de este modo, el trasplante de sus cultivos de primavera. Así lo afirmaron desde la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, a través de su Boletín Semanal de Información Agraria, en el que

destacaban que, pese al ligero descenso de las cotizaciones de este producto en los últimos días, sus números seguían siendo lo suficientemente buenos como para que los productores de la provincia estuvieran retrasando el arranque de su cultivo. De hecho, sólo en la última semana de marzo, el precio medio del calabacín rondó los 1,20 euros el kilo en la mayoría de las subastas de la provincia; es más, en algunas de ellas, in-

cluso, llegó a superar los 1,30 euros el kilo.

Por otro lado, y en lo que va de campaña de este cultivo, los productores no han tenido que lamentar graves incidencias causadas por el Tomato Leaf Curl New Delhi Virus (ToLCNDV), o virus Nueva Delhi. Muchos de ellos han mantenido una doble protección con plástico en capillas para prevenir la entrada de mosca blanca y, con ello, la propagación del virus.

JORNADA DE PUERTAS ABIERTAS PARA PRESENTAR UNA NUEVA VARIEDAD DE CALABACÍN

Syngenta presenta Cassandra como la mejor solución para cosecha de calabacín

En unas jornadas de puertas abiertas, los agricultores han podido ver el resultado en invierno de esta variedad de la multinacional

■ José Antonio Gutiérrez

Syngenta ha presentado en unas jornadas de puertas abiertas su calabacín Cassandra, para que los agricultores tengan nuevos materiales vegetales para seguir plantando esta hortaliza. Desde la aparición del temible virus Nueva Delhi (ToLCNDV), las grandes firmas de semillas no han cesado de buscar soluciones que aseguren una rentabilidad al agricultor. Éste es el caso de este calabacín, que se presenta como una de las grandes bazas en semillas para la próxima campaña agrícola.

Cientos de agricultores han pasado por la finca estándar en plena producción, preparada para estas jornadas, y su impresión ha sido, por lo general, positiva. Los agricultores se mostraron muy meticulosos a la hora de valorar el estado de la cosecha, e incluso, algunos contaron los cortes que ha soportado la planta para saber los frutos producidos desde su plantación.

El aspecto del fruto es muy comercial y la vigorosidad de la planta es muy visible, incluso, en pleno invierno. Cassandra (CV5427) destaca por su alta producción de gran calidad, con precocidad en todo el ciclo de producción, así como por su estructura de planta, que permite alcanzar una mayor rentabilidad por la alta reducción de mano de obra. Presenta, asimismo, una alta sanidad de planta, manteniendo un aspecto de hoja verde hasta el final del ciclo.

Esta variedad está indicada para el ciclo de invierno en cultivo protegido, siendo las fechas recomendadas de plantación desde final de octubre hasta mediados de noviembre.

Cuenta con una estructura de planta abierta, de entrenudo muy corto y erecta. Esto provoca un aumento de la calidad de los fru-



■ La finca estándar plantada de Cassandra presentaba un aspecto inmejorable el día que los agricultores la visitaron para ver la variedad. /FHALMERÍA



■ El aspecto del fruto de Cassandra es excepcional. /FHALMERÍA

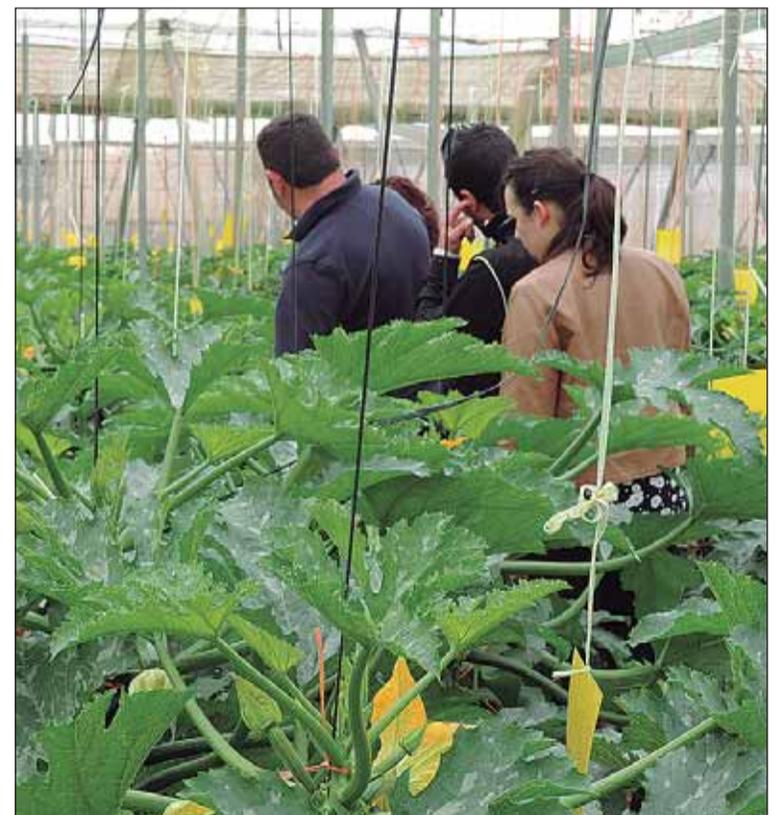
tos, así como un ahorro considerable de mano de obra, facilitando la recolección y reduciendo las labores de entutorado.

FRUTOS MUY VERDES

Los frutos son cilíndricos, de color verde oscuro y con una longitud aproximada de 20 centímetros, que mantienen homogénea en todo el ciclo productivo. Cuen-

tan, además, con una excelente postcosecha, que los hace ideales para su comercialización. Con respecto a sus resistencias, Cassandra tiene un buen comportamiento frente a oídio, gracias a la resistencia intermedia. Resistencia intermedia IR: Gc y Px.

La próxima campaña serán muchos los agricultores que se decidan por el calabacín a la hora de



■ Los agricultores analizaron hasta el último detalle de Cassandra. /FHALMERÍA

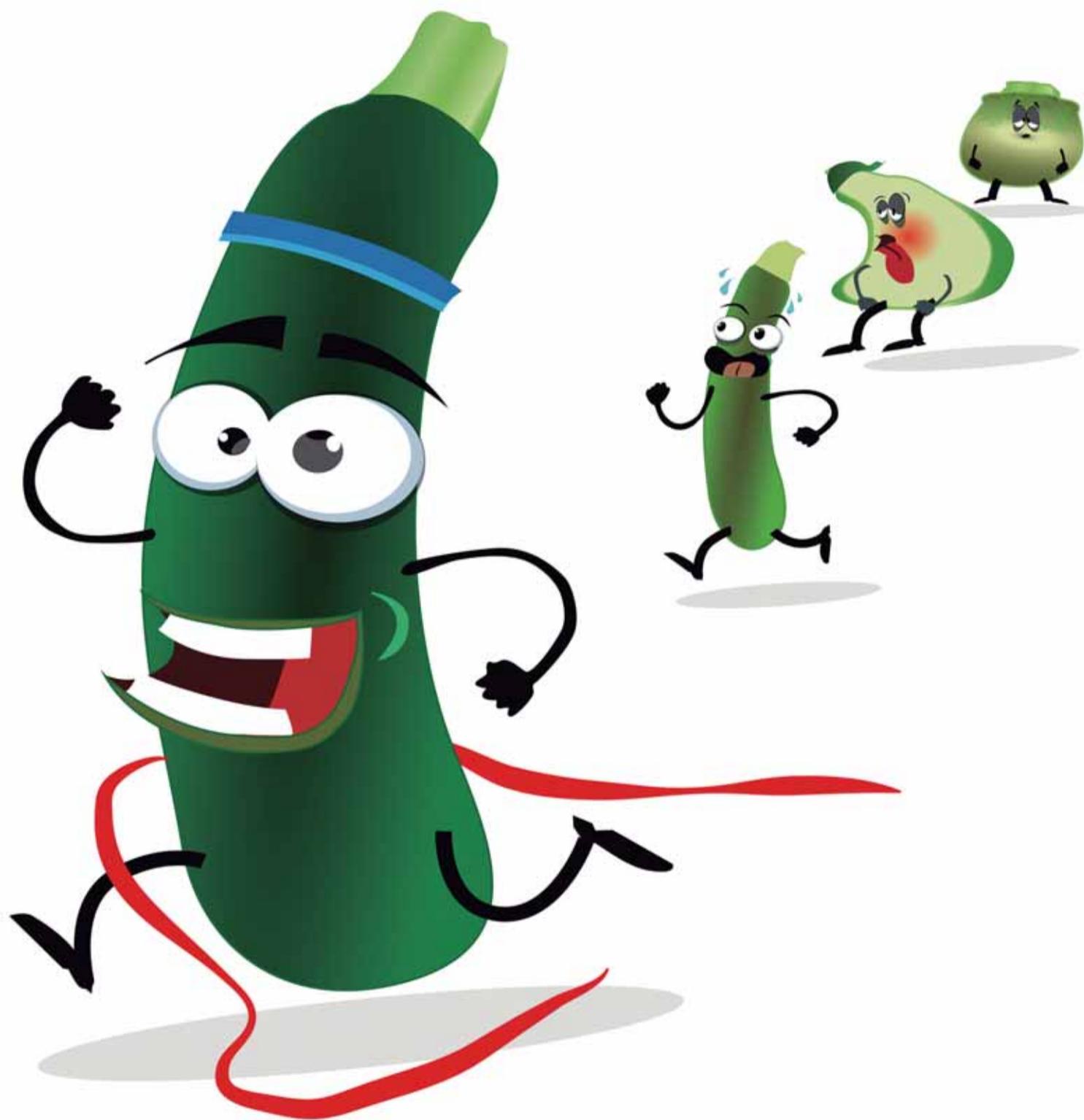
sembrar su explotación. Los altos precios durante casi todo el año de esta hortaliza han asegurado una gran cantidad de hectáreas para la próxima cosecha de otoño-invierno. Por otra parte, hay que recordar que la siembra de este vegetal es la que requiere menos inversión de cuantas se realizan en la horticultura almeriense; es por ello que cada año se ase-

gura una cantidad nada despreciable de superficie para esta hortaliza.

Por otra parte, cabe indicar que los agricultores están buscando variedades que sean resistentes a virus y a enfermedades como la conocida ceniza, además de que resulten atractivas para el consumidor, aportando un color verde intenso.

CASSANDRA

Campeón en rentabilidad



Cassandra (cv5427)

syngenta.



Más información en:
www.syngenta.es

TM

SEGÚN EL ANÁLISIS DE CAMPAÑA DE CAJAMAR

La mayor inversión en I+D provocó que el coste de la semilla aumentase un 2% en la campaña 2013/14

Este sector apuesta por la innovación con el objeto de satisfacer las demandas de los productores, así como de los consumidores

■ Elena Sánchez

Durante el pasado ejercicio hortofrutícola 2013/2014, el coste de la semilla sufrió un incremento de un 2 por ciento, según el último Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería elaborado por la Fundación Cajamar. De hecho, este estudio confirma la habitual tendencia creciente de este insumo en la estructura de costes.

Uno de los principales motivos por los que el coste de la semilla ha aumentado es por el dinamismo de este sector, que basa su actividad en la inversión en I+D+i para la mejora continua del material vegetal, con objeto de satisfacer las demandas tanto de productores como de consumidores.

Y es que, la semilla es uno de los principales eslabones de la cadena de producción hortofrutícola y la cual requiere estar siempre a la vanguardia con el fin de hacer frente a las diferentes adversidades que el sector plantea a lo largo de los años, sobre todo, a nivel productivo.

REQUERIMIENTOS

Según desvela el informe de la Fundación Cajamar, en la actualidad, una parte importante de los requerimientos están relacionados con alcanzar elevados niveles de resistencia a enfermedades, debido a la cada vez mayor restricción en el uso de materias activas en el control fitosanitario.

Asimismo, las cadenas de distribución, en ocasiones, limitan aún más que la propia legislación el empleo de estos productos, con el argumento de acercarse a las demandas del consumidor.

TRANSPORTE

Igualmente, cada año se plantea el aspecto, cada vez más nece-



■ Plantas en proceso de crecimiento en sus correspondientes bandejas.



■ Semillero en plena producción.

sario, de que las semillas den lugar a productos que satisfagan las necesidades de los agricultores, así como de transporte, con el objetivo de que las frutas y hortalizas lleguen a su destino sin que su calidad sea mermada. De ahí, a que se busquen vías para lograr que una variedad cuenta con una larga vida postcosecha, para que el fruto llegue en perfectas condiciones sea el destino que sea. Todo ello, eso sí, sin perder de vista las cualidades organolépticas del fruto, un factor que, según la Fundación Cajamar, está cada vez más valorado en la decisión de la compra.

Finalmente, otra de las características que las semillas deben cumplir hoy en día es la innovación en el formato, es decir, el material vegetal ha de innovar para adaptarse a las nuevas realidades sociales, proporcionando formatos más atractivos y cercanos a los cambios que tienen lugar en el consumo.

Por todo ello, la inversión en investigación, desarrollo e innovación sigue viéndose incrementada con el paso de las campañas por parte de las empresas, con el fin de lograr nuevas variedades que permitan a la agricultura seguir siendo un sector fundamental y estratégico.



■ Planta injertada.



■ Interior de un semillero.

LA RENTABILIDAD DE LA I+D+I

Pimiento, tomate y pepino, cultivos en los que la investigación se intensifica

La mayor superficie de estos tres cultivos y el mayor coste de su semilla favorecen que las empresas apuesten por buscar nuevas variedades

■ Isabel Fernández

Tomate, pimiento y pepino suelen ser, por este orden, los productos más cultivados en la provincia de Almería y, también por este orden, aunque a veces caben pequeñas variaciones, los tres productos más rentables para los agricultores que, campaña tras campaña, pese a la fuerte inversión inicial, siguen apostando por ellos. Precisamente por esto, por el gran volumen de negocio que suponen, las empresas de semillas suelen dedicar la mayor par-



■ Cada campaña, las empresas de semillas suelen ofrecer al agricultor nuevas variedades de cualquiera de estos productos.

te de sus recursos en investigación a la búsqueda y desarrollo de nuevas variedades de estos tres

productos. Y no es para menos. Sin ir más lejos, y según los datos más actualizados de la Con-

sejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, el gasto de semillas y semillero de una hectá-

rea de pimiento alcanzó durante la campaña 2013/2014 los 7.500 euros. Teniendo en cuenta que en Almería se cultivaron 9.378 hectáreas de este producto, según los datos de la Administración andaluza, en total, los productores locales invirtieron más de 70,3 millones de euros en la compra de esta semilla junto con los gastos de semillero. Esos más de 70 millones de euros suponen un volumen de negocio más que tentador para las empresas del sector que, desde luego, no se lo piensan dos veces a la hora de desarrollar nuevas variedades.

Casos similares son los de tomate o pepino. El coste de la semilla y el semillero del primero varían en función de si la variedad se injerta o no pero, en el caso de que las 11.206 hectáreas de hace un año se hubieran injertado, el volumen de negocio generado por el tomate ascendería a más de 66 millones de euros. El pepino, por su parte, con un coste medio de 4.700 euros por hectárea, generó un volumen de negocio de más de 22,7 millones.

Plutonio | Calibre y Producción

Celaya | Calidad y Precocidad en Temprano

Cabriola | Alta Producción y Calibre en Temprano

ENZA ZADEN

| pimientosparaganar.com

HA SIDO PRESENTADO COMO UN PIMIENTO IDÓNEO PARA RECOLECTAR EN INVIERNO

Seminis se mete en la lucha por el California de invierno con SV1204PB

La multinacional presentó la variedad en una finca estándar a la prensa para que conociera todas sus cualidades

■ José Antonio Gutiérrez

Seminis se ha metido en la pugna por conquistar el mercado de la semilla de pimiento para recolectar en invierno con una nueva variedad: SV1204PB.

A principios de marzo, la multinacional filial de Monsanto convocó a la prensa especializada para explicar en una finca estándar, del agricultor Antonio David Maldonado, las cualidades de esta variedad de pimiento California. Manuel Martínez, responsable comercial, y Juan Antonio Barranco, responsable de producto, respondieron a todas las preguntas que plantearon los periodistas en la misma parcela.

LA VARIEDAD

La variedad se dio a conocer diferenciando tres parámetros fundamentales: planta, fruto y resistencias. En cuanto a la planta, el SV1204PB presenta una elevada producción, incluso en los meses finales de cosecha, con una carga alta en los extremos de los tallos altos. Además, es un pimiento precoz y con un primer cuaje de alta calidad, lo cual permite tener buenas clasificaciones desde el primer momento.

La planta es muy vigorosa y rústica. Presenta una gran fortaleza innata, que es muy apropiada para poder ser productiva en los meses más fríos del invierno. La variedad está perfectamente diseñada para afrontar un ciclo largo de cultivo y que satisfaga las expectativas de aquellos agricultores que hayan decidido no ir a una segunda cosecha en primavera.

En los últimos años, hay una tendencia bastante extendida de llevar la producción de pimiento a los últimos días de abril, con la intención de aprovechar el buen precio que siempre hay en los mercados una vez que se produce la caída de producción en Almería.



■ Esta variedad permite llegar al final de un ciclo largo con frutos de calidad.



■ Antonio David Maldonado es el propietario de la finca visitada.



■ SV1204PB garantiza una alta producción, sin problemas de plateado, en los meses de mejores precios.

FRUTO

Una de las bazas importantes con las que compite esta variedad en la serie de su segmento es la de "ausencia total de plateado", tal y como afirman sus creadores. Para el productor es muy rentable porque presenta, al final de la cosecha, un elevado porcentaje de frutos de primera calidad. Otra virtud es que consigue tener la calidad estable durante todo el ciclo.

Finalmente, presenta un aspecto muy comercial, que permite

convencer al cliente final gracias a su aspecto. Tiene una excelente uniformidad, tamaño y brillo.

En cuanto a resistencias, tiene HR Tm:0-3 y IR TSWV.

ENSAYOS

En los ensayos realizados en finca, los resultados han sido asombrosos. Se ha cogido como testigo una variedad líder en el mercado de invierno del pimiento corto. La variedad de Seminis ha dado 9 kilos por metro cuadrado al final de la cosecha y la va-

riedad testigo sólo algo más de 8 kilos por metro de superficie cultivada. Todo ello realizado en la finca estándar. Por otra parte, se ha analizado la precocidad y SV1204PB ha respondido bien frente a las plantas testigo con una producción de 1,7 kilos por metro cuadrado frente a los 0,6 de la competencia.

Antonio David Maldonado, agricultor de la finca donde se ha realizado el análisis, considera esta variedad "muy buena para el ciclo de invierno". Mos-

tró su satisfacción por los frutos que daba, su precocidad y facilidad en el manejo.

Finalmente, cabe indicar que la siembra de esta variedad está recomendada para finales de junio y las tres primeras semanas de julio. El transplante se aconseja desde finales de julio hasta finales de agosto y la recolección se puede efectuar desde noviembre hasta mediados de mayo.

INVIERNO

Varias empresas productoras de semillas están intentando poner en manos de agricultores variedades que satisfagan su deseo de tener producción de alta calidad desde mediados de febrero hasta mediados de mayo. Los productores consideran que hay un vacío desde que Almería termina de producir y otras zonas como Murcia y Holanda empiezan la cosecha. Durante ese periodo de tiempo, los pimientos cortos rojos tienen un alto valor en el mercado y son muy bien pagados. Es por ello que se buscan variedades que se adapten a esos meses de producción. En la actualidad, hay unas cinco variedades de otras tantas empresas que compiten por este segmento.

AUSENCIA CASI TOTAL DEL PLATEADO

Seminis completa su gama de California con SV1204PB, novedad para tardío

■ Rafa Villegas

La casa de semillas Seminis, de Monsanto, ha completado su catálogo de pimientos California con SV1204PB, novedad de este año para siembras tardías que se suma a los ya existentes SV1215PB, novedad del año pasado, así como al California verde o rojo Veleró, el amarillo Cócalo y el naranja Quirón, entre otros.

CALIFORNIA SV1204PB

Una de las características que más va a apreciar el agricultor de SV1204PB es, sin duda, su ausencia casi total del plateado. De nada serviría este plus si no contara, como cuenta este California rojo, con una elevada producción, una precocidad y un primer cuaje de calidad, la vigorosidad y rusticidad de su planta y que permite un ciclo largo de cultivo.

SV1204PB destaca, además, por su elevado porcentaje de frutos de primera calidad, su calidad estable durante todo el ciclo y, no menos importante, su excelente uniformidad de forma, tamaño y brillo. Todo ello con las resistencias necesarias (HR Tm: 0-3 e IR TSWV). La casa de semillas recomienda su



■ El espectacular pimiento California SV1215PB de Seminis.



■ Quirón es el California naranja de Seminis.

siembra entre finales de junio y finales de julio, así como su plantación entre finales de julio y finales de agosto, pudiéndose recolectar de noviembre a mediados del mes de mayo.

Seminis ha desarrollado una comparativa en campo que demuestra que el California SV1204PB ha producido, de media, 9 kilos por metro cuadrado, frente a los 8,27 del testigo. Del mismo modo, en la primera recolección, este pimiento produjo 1,7 kilos por metro cuadrado, frente a los 0,6 del testigo.

CALIFORNIA SV1215PB

Por otra parte, el SV1215PB es un California rojo que se presentó el año pasado y que está teniendo una muy buena acogida por parte de los agricultores que optan por un ciclo temprano. De este pimiento destacan, sobre todo, su calidad y uniformidad, lo que lo hace muy comercial e ideal para Flow-pack.

Con una planta equilibrada, de entrenado corto y moderado vigor, así como con un excelente cuajado en condiciones de altas temperaturas, SV1215PB presenta frutos de gran calidad, un color excelente y una uniformidad, con cua-

tro lóculos durante todo el ciclo, muy importante. Respecto a su calibre, SV1215PB inicia la campaña con un calibre GG, finalizando en invierno con G. Se trata de una variedad de rápida maduración y de consistencia durante todo el ciclo, todo ello gracias a su firme y gruesa pared.

Cabe resaltar que, como han explicado desde Seminis, "actualmente, de todas las variedades de temprano disponibles en el mercado, SV1215PB es la que presenta una menor incidencia de cracking, para mayor seguridad de agricultor y cooperativa. Todo ello con alta resistencia a TM: 0-3 y PVY:0, así como intermedia a TSWV".

VELERO, CÓCALO Y QUIRÓN

Otras variedades de pimiento importantes de Seminis son, sin duda, Veleró, Cócalo y Quirón.

Desde Seminis destacan al California para ciclo temprano Veleró como "líder de producción". Este pimiento, de calibre G-GG, es muy uniforme y presenta un excelente color, tanto en verde como en rojo.

De Cócalo, California amarillo muy productivo para trasplantes tempranos, destaca su alta y buena conservación postcosecha, mientras que del California naranja Quirón resalta su rápida y elevada productividad, su elevada firmeza y su conservación postcosecha. Otros pimientos de Seminis son, por ejemplo, el California rojo Dársena y el amarillo Shanghai.

siembras tempranas

SV 1215 PB

calidad y uniformidad

siembras tardías

SV 1204 PB

no te conformes con la plata

Med Hermes sigue cosechando éxitos con sus variedades con auténtico sabor mediterráneo

La casa de semillas se encuentra en una situación de consolidación y de crecimiento tras cinco años de presencia en este mercado

■ Rafa Villegas

Med Hermes Vegetable Seeds continúa en su empeño de recuperar el sabor y el color de lo tradicional a través de sus variedades y sigue cosechando éxitos tanto a nivel nacional como internacional con su gama de productos.

A sus ya consolidadas variedades como Sharek F1 en el segmento de tomate pera rama, Paride F1 y Ares F1 en el segmento de tomate pera suelto, Gregory F1 en el segmento de tomate cherry rama/suelto, y Bacco F1 y Rosambra F1, que se han convertido en las variedades de referencia en el segmento del tomate cocktail y del tomate rosado, respectivamente, Med Hermes Vegetable Seeds en su línea de investigación y mejora, incorpora para esta campaña tres nuevos materiales siguiendo con su objetivo de convertirse en una de las empresas de referencia en el mercado de las especialidades.

En la tipología cocktail pera, Med Hermes Vegetable Seeds presenta este año Anahita F1 y, en la tipología de tomate rosado, presenta a Rosantea F1 y Rosaflora F1.

Por su parte, Anahita F1 es una variedad de tomate tipo cocktail pera para recolección en rama o suelto, de color rojo brillante, con un peso de 40 g, 35 mm de calibre y 55 mm de longitud, aproximadamente. Presenta un raquis grueso de color verde intenso, óptima conservación post-recolección y elevado sabor que, junto con el color rojo intenso de los frutos, son señas de identidad de las variedades de Med Hermes. En relación a la planta de Anahita F1 podemos decir que es una planta de vigor medio, porte abierto, entrenudos cortos y regulares también en las partes apicales de la planta. Es una planta muy rústica que se adapta bien al ciclo largo y de elevada productividad.

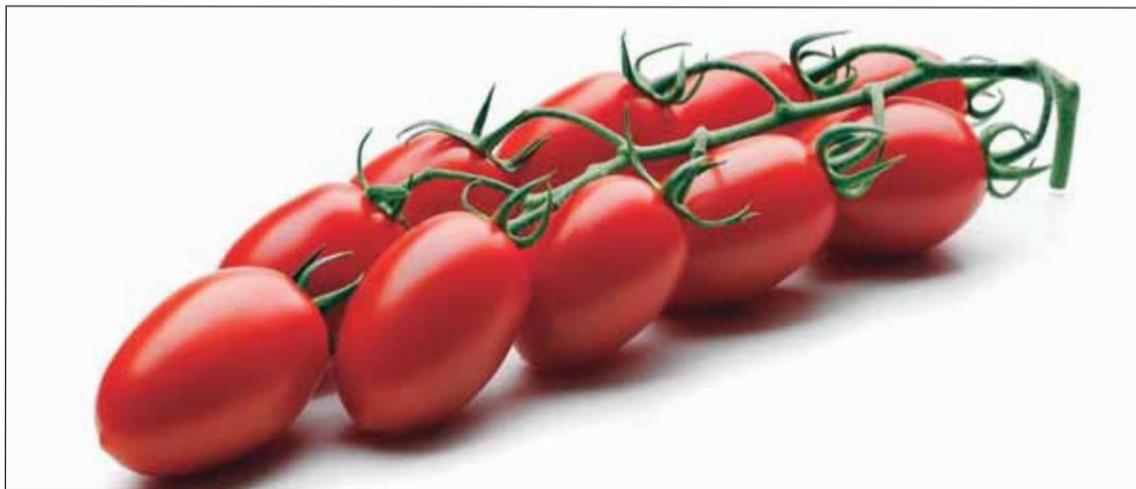
Otra de las novedades, Rosantea F1, es una variedad de tomate ro-



■ Una de las novedades de Med Hermes: el tomate rosado Rosaflora F1.



■ Variedad de tomate cherry con nombre por registrar, MIC 13.



■ Variedad de tomate tipo cocktail pera para recolección en rama Anahita F1.

sado para recolección en suelto. Se caracteriza por presentar unos frutos de color rosado intenso brillante en maduración completa, de 100 g de peso aproximadamente y calibre M. El sabor de los frutos es elevado, afrutado, intenso y muy agradable al paladar, siendo el balance ácidos/azúcares muy equilibrado. Presenta un elevado contenido en polifenoles y una elevada conservación en post-recolección, propia de las variedades de tomates de colgar, típicos de la cultura catalana. Es una variedad adecuada para envasar en bandejas o cosido. En cuanto a la planta de Rosantea F1, tenemos que decir que es una planta de vigor medio-alto, de entrenudos medios, muy rústica y productiva, que se adapta bien al ciclo largo de cultivo.

Tanto con Rosambra F1 como con Rosantea F1, ambas variedades caracterizadas por el sabor y la elevada LSL de sus frutos, la empresa tiene proyectos para el lanzamiento de estos productos al mercado de exportación a Europa.

Dentro de la tipología de tomate rosado, Med Hermes Vegetables Seeds presenta también a Rosaflora F1. Se caracteriza por presentar frutos de color rosa pálido que albergan en su interior una pulpa de color rosado intenso, de 80-90 g de peso aproximadamente y calibre MM. Al igual que Rosantea F1 y Rosambra F1, el sabor de los frutos es intenso y afrutado, con un buen equilibrio entre ácidos y azúcares. Presenta también una elevada conservación post-recolección, siendo adecuado envasarlo

en bandejas o coserlo. Por su coloración y su buena aptitud para ser untado en el pan, Rosaflora F1 representa fielmente la tipología de tomate rosado mallorquín. En relación a la planta, cabe destacar que se trata de una planta de vigor medio, entrenudo corto, muy rústica y productiva, adaptada a ciclos de cultivo de primavera-verano.

Además de estas tres novedades, Med Hermes Vegetable Seed, también está pendiente del registro de otra variedad dentro del segmento del tomate tipo cherry de sabor. Esta variedad aún sin nombre comercial, MIC-13, está indicada tanto para recolección en rama como en suelto, presenta unos frutos de color rojo intenso, con un calibre 28-30 mm aproximadamente, no-

table resistencia al cracking, elevada conservación en post-cosecha y un excelente sabor (9 °Brix aprox.). La planta de MIC-13 es una planta muy rústica, de vigor medio, entrenudos cortos, notable productividad y con una muy buena adaptación a ciclos largos de cultivo.

Año tras año, el catálogo de variedades de Med Hermes Vegetable Seed se va incrementando gracias al intenso trabajo de investigación y desarrollo que la empresa realiza. Aunque ahora mismo en su catálogo el tomate tiene predominancia, el objetivo de la empresa es ofrecer novedades en otras especies y para ello cuenta también con importantes programas de mejora e investigación en pimiento, calabacín, pepino, melón y sandía.

La filosofía innovadora de Med Hermes Vegetable Seeds le hace también estar presente activamente en las redes sociales con su conocido blog: www.tomatocult.com. A través del mismo, que cuenta ya con un año de vida, se ponen en contacto productores, distribuidores y consumidores de toda Europa, dando la posibilidad a los consumidores del Viejo Continente de conocer el mundo de la producción de hortalizas a través de fotos, videos, entrevistas, etc., y así saber todo lo que hay detrás del proceso de producción agrícola y del producto que consumen.

Noticias

EXPANSIÓN

Cristalplant aterriza con fuerza en Sevilla con el cultivo de tomate de industria

En sus primeros meses en la capital andaluza, la empresa se ha hecho con más del 25% de la superficie destinada a esta hortaliza

■ CIA

En febrero de 2015, Cristalplant inició su plan de expansión fuera de Almería y optó por las localidades de Lebrija y Los Palacios como nuevas sedes para desarrollar su actividad. Desde entonces comenzó a preparar la campaña de tomate de industria. De las 7.000 hectáreas que se dedican a este cultivo en la capital andaluza, Cristalplant ha conseguido cerrar los contratos necesarios para ser proveedor de 2.000 de ellas, lo que supone más de un 25 por ciento del total de la superficie.

Esta acción, sin duda, se considera un éxito para la empresa,



■ Interior de las instalaciones del semillero de tomate de industria en Sevilla.

teniendo en cuenta que el cultivo de esta hortaliza no es su especialidad, ya que ha sido nuevo esta temporada, y a partir de

ahora se le tendrá como referente para los distribuidores.

La ambición de Cristalplant por mejorar cada día, y gracias

al esfuerzo de todos los que forman parte de ella, ha dado lugar a que se convierta en lo que es a día de hoy, una empresa referente en su sector.

OTRAS SEDES

Actualmente, además de las recién abiertas sedes en Los Palacios y Lebrija, la empresa cuenta con una delegación en Motril y otras seis más dentro de la provincia almeriense, siendo la central la que se encuentra situada en San Agustín.

Con todo ello, y teniendo en cuenta la evolución de Cristalplant en los últimos años, así como la reciente expansión a Sevilla y su éxito cosechado en los primeros tres meses de vida en la capital hispalense, desde la entidad continúan planteándose grandes objetivos para un futuro cercano, ya que no descartan dar el salto a otras zonas de España.

EN ESPAÑA

Agricultura constata el aumento de la superficie regada

■ CIA

Los datos sobre superficie regada en España constatan un incremento moderado pero constante, desde hace más de una década, al pasar de 3.367.486 hectáreas en 2002 a 3.605.121 hectáreas en 2014, mientras que el volumen de agua de riego utilizado en el sector agrario muestra una marcada tendencia a la baja, al descender de 17.681 hectómetros cúbicos en 1999 a 15.833 en 2012. Así se desprende del informe sobre regadíos en España realizado por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y de la encuesta sobre el uso del agua en el sector agrario, realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Esta mejora en la utilización es el resultado de las actuaciones acometidas para la modernización de los regadíos en España.



SEDES:

San Agustín
Las Norias
Aldeillaplant
Níjar
El Viso
Cartabona
Motril
Lebrija
Los Palacios

Nuestra Experiencia y Calidad
es la Garantía de tu **Éxito**

www.cristalplant.es | 950 565 032
info@cristalplant.es

Síguenos en:



DESDE PRINCIPIOS DE MARZO

Bayer traslada la central logística de semillas para España y Portugal a El Ejido

Uno de los motivos de esta elección es, según la multinacional, que han aumentado las ventas un 35% en los últimos 7 años

■ CIA

Bayer ha trasladado la central logística y de servicios para España y Portugal de su división de semillas hortícolas Bayer Vegetable Seeds a El Ejido (Almería). Con esta decisión, la compañía demuestra su apuesta tanto por su unidad de negocio de semillas hortícolas como por esta Comunidad Autónoma.

A partir de ahora, El Ejido albergará, además de la estación experimental de Investigación y Desarrollo (I+D+i), el nuevo centro logístico y de servicios y contará con equipos de marketing y ventas y de atención al cliente para España y Portugal. Además, la elección de Almería como sede para estas instalaciones confirma esta provincia como referente mundial en la innovación y producción de hortalizas.

La decisión de Bayer responde a la estrategia de la compañía de optimizar su servicio de atención al cliente y ubicarse en una zona estratégica para este negocio. En total, cerca de 70 profesionales de Bayer Vegetable Seeds trabajan en Almería, tanto en el desarrollo de nuevas variedades y conceptos comerciales como en el asesoramiento sobre tendencias y estrategias de mercado. Todo ello ha permitido a la empresa convertirse en uno de los referentes del sector y aumentar su volumen de ventas en un 35% en los últimos 7 años en España.

La estación experimental ubicada en el paraje La Cumbre de El Ejido se dedicará en exclusiva a la investigación y el ensayo de nuevas variedades hortícolas, con un refuerzo sustancial en las áreas de I+D+i y Breeding de cultivos estratégicos como tomate, pimiento, pepino, melón y sandía. Según Francisco González, director general de Bayer Vegetable Seeds Iberia, "invertimos más en innovación para antici-



■ Impresionante aspecto de las nuevas instalaciones de Bayer Vegetable Seeds en el bulevar entre Santa María del Águila y El Ejido.



■ Foto de familia de todo el equipo de Bayer tras el acto de presentación de las instalaciones.

parnos a los deseos no solo del consumidor local, sino también global. En Almería, desarrollamos variedades para todos los mercados del mundo". "Gracias a nuestra labor y a la confianza que toda la cadena agroalimentaria ha demostrado en nosotros, podemos impulsar la competitividad del sector hortícola, poniendo a su alcance conceptos muy atractivos en el punto de venta final que contribuyan a fidelizar la demanda y a incrementar el consumo", afirma el representante de la empresa.

A fin de estar lo más cerca posible del agricultor y responder mejor a sus necesidades concretas, Bayer cuenta con unidades de negocio altamente especializadas e independientes entre sí. En el área agroalimentaria, Bayer Vegetable Seeds se centra en exclusiva en el desarrollo y comercialización de semillas hortícolas, mientras que Bayer Crop Protection se dedica a la protección de cultivos. Ambas unidades tienen su propia estructura técnica y humana, a fin de aportar más valor a un sector espe-

cialmente dinámico y competitivo. Bayer mantiene, asimismo, su apuesta estratégica por las semillas hortícolas y culmina, de este modo, el proyecto de integración de la antigua Nunhems como unidad de negocio bajo la denominación Bayer Vegetable Seeds. Esta división se encarga de todas las actividades de mejora y comercialización de semillas hortícolas bajo la marca Nunhems® a nivel mundial.

Bayer es una empresa multinacional con competencias clave en los ámbitos de salud, agri-

cultura y materiales de alta tecnología.

Bayer CropScience AG, centrada en la nutrición agrícola, es una de las compañías líderes mundialmente reconocidas en biotecnología de semillas y plantas, innovación y protección de cultivos y control de plagas no agrícolas. La compañía ofrece una amplia gama de productos que incluye semillas de alto valor, soluciones innovadoras para la protección de cultivos sostenibles basados en modos de actuación biológica y química, así como en un extenso servicio de respaldo al cliente para una agricultura moderna y sostenible. En el sector de aplicaciones no agrícolas, Bayer CropScience tiene un amplio abanico de productos y servicios de control de plagas desde el hogar y jardín hasta las aplicaciones forestales. La empresa tiene una plantilla global de 22.400 trabajadores y está presente en más de 120 países.

En los próximos meses, se sabrá si Bayer adquiere en El Ejido una finca de 57 hectáreas cerca de la empresa Indasol para seguir desarrollando sus proyectos. Las nuevas oficinas están entre Santa María del Águila y El Ejido, son las antiguas instalaciones de Porcelanosa.

EL EJIDO

El delegado cancela la reunión para desbloquear el problema de la parcela para Frutilados

El equipo de Gobierno del Ayuntamiento de El Ejido acusa a Ortiz Bono de preferir "irse a hacer campaña" que tratar de solucionar el conflicto

■ Rafa Villegas

El problema de la falta de acuerdo entre la Junta de Andalucía y el equipo de Gobierno del Ayuntamiento de El Ejido respecto a la petición de éste último de la cesión de la parcela para el proyecto de ensilado de Frutilados sigue sin solucionarse. Desde el Consistorio ejidense han lamentado el "comportamiento tan irresponsable" del delegado territorial de Agricultura, José Manuel Ortiz Bono, que ha cancelado la reunión que tenía previsto mantener con el alcalde del municipio, Francisco Góngora, para, según critican desde la Administración local, "hacer campaña política".

Para el regidor ejidense, esta actitud del delegado "demuestra cuáles son sus verdaderas prioridades, y es que prefiere dedicar su tiempo a hacer campaña política antes que a solucionar cuestiones que son realmente urgentes y prioritarias para el sector agrario".

La reunión estaba prevista, concretamente, para el pasado 19 de marzo, tres días antes de la celebración de las Elecciones al Parlamento de Andalucía. El problema existente con la cesión de la parcela para la puesta en marcha del proyecto del ensilado lleva, según denuncia Góngora, "atascado ya varios meses por la falta de voluntad política de la Consejería de Agricultura". Todo ello, como lamenta el alcalde de El Ejido, "a pesar de la urgencia que hay por desbloquear este



■ El Ayuntamiento de El Ejido y las más de veinte comercializadoras que forman parte de Frutilados llevan trabajando en el proyecto desde el año 2013.

asunto para poder continuar con este importantísimo proyecto de gran interés social y medioambiental". Para Góngora, "parece que el delegado no comparte los mismos intereses que el sector agrario".

En el último encuentro mantenido recientemente entre el alcalde de El Ejido y el delegado territorial de Agricultura pareció que sí existía voluntad, cuanto menos, para dialogar y desbloquear el asunto. Es más, en ese encuentro, ambas partes acordaron la posibilidad de firmar un convenio conjunto que permitiera hacer efectiva la cesión de la parcela al Ayuntamiento, en las mejores condiciones y a la mayor brevedad posible, para que éste, a su vez, la pudiera poner a disposición de las comercializadoras que integran este proyecto.

Entre las opciones que baraja el Consistorio ejidense desde un principio figuran la cesión del derecho de superficie o la opción de la compra de la parcela a un precio razonable, si bien, tras la reunión, quedó como opción más factible y viable la de la firma del convenio.

Cabe recordar que, actualmente, Frutilados la integran 21 comercializadoras de la comarca del Poniente almeriense, que han depositado ya el dinero necesario en una cuenta bancaria para que, una vez que dispongan del suelo, puedan empezar a transformar los restos de los productos hortofrutícolas en alimento para ganado.

La gestión de los restos vegetales es una de las competencias que tiene la Junta de Andalucía. Desde el Ayuntamiento no entienden cómo "habiéndole hecho



■ Imagen de la última reunión que mantuvo el alcalde de El Ejido con el delegado.

el trabajo, consiguiendo elaborar el proyecto, el acuerdo entre comercializadoras y la aportación

económica de las mismas, ahora lo bloqueen por la cesión del suelo".

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

30 AÑOS A SU SERVICIO

www.polisur.es

Finca Las Majarillas. Ctra. N-344 Km. 2,95 - 214440 LEPE (Huelva)

Tel. +34 959 38 02 24 - Mów. +34 636 037 723

SEGÚN UNA CONFERENCIA ORGANIZADA POR COEXPHAL

Almería sigue líder en tomate y pimiento a pesar de los avances de Turquía e Israel en exportación

Sin embargo, el país turco es una potencia en producción hortícola y los israelíes compiten de 'tú a tú' con Almería en pimiento

■ Elena Sánchez

Almería sigue estando a la cabeza en cuanto a exportación de tomate y pimiento se refiere, sin embargo, no debe dejar de mirar hacia atrás ni bajar los brazos por un momento, ya que tanto Israel, en pimiento, como Turquía, en tomate, vienen pisando los talones a la producción almeriense. Según Juan Carlos Pérez, profesor de la Universidad de Almería, pese a ese liderazgo de la provincia de Almería en términos de exportación, Turquía es una potencia en producción hortofrutícola, ya que, solo en cultivo protegido, supera los tres millones de toneladas en tomate o el millón de toneladas en pepino. De hecho, también explica que los calendarios de Turquía son similares a los de Almería, aunque es cierto que no así sus mercados de destino.

EXPORTACIÓN

El 38 por ciento del tomate que los turcos envían a la Unión Europea se queda en Rumanía, mientras que un 29 por ciento lle-



■ Momento de la ponencia del profesor de la UAL, Juan Carlos Pérez.

ga a Bulgaria. Sin embargo, la fuerza la han cogido en Rusia, país al que, en 2013, se exportaron más de 335.000 toneladas de tomate.

PIMIENTO

Algo parecido ocurre con el pimiento israelí. Es cierto que la provincia almeriense es un referente en el mundo en cuanto a producción y comercialización de pimiento, sin embargo, existen varios países competidores que no dejan de trabajar para ganarle la partida a Almería. De hecho, Is-

rael tiene en este cultivo unos costes similares a los almerienses y unos rendimientos, ligeramente, más elevados. Eso sí, en cuanto a exportación a la Unión Europea, Almería está volviendo a tomar ventaja, ya que los israelíes llevan varios años en una senda de ligeras caídas, ya que, en pimiento, las ventas se quedaron en las 61.884 toneladas, mientras que en tomate apenas se llegó a las 4.500 toneladas. Eso sí, al igual que Turquía, Israel se está haciendo cada vez más fuerte en Rusia.

EN ALMERÍA

FERAL y AREDA se unen para poder defender los intereses de los regantes

■ E. S. G.

La Federación de Regantes de Almería (FERAL) y la Asociación de Regantes de Andalucía (AREDA) se han unido para emprender acciones conjuntas que sirvan en defensa de los intereses de los regantes almerienses. De hecho, han llevado a cabo la elaboración de un calendario de trabajo para estudiar las alegaciones que se presentarán, por ejemplo,

al Plan Hidrológico de las Cuenas Mediterráneas.

Asimismo, uno de los puntos más destacados actualmente es el hecho de poner en marcha varias líneas conjuntas de trabajo con el doble objetivo de reivindicar agua y a un precio justo.

POZOS

Del mismo modo, la legalización de pozos en el catálogo de aguas privadas en aras de una mayor or-

denación de los recursos es otra de las cuestiones a estudiar, ya que de lo que se trata es de proponer a las administraciones competentes unas medidas eficaces de gestión basadas en que eviten agravios comparativos, poniendo, "por encima de todo", las garantías que hagan falta "para conservar los regadíos que ya se han creado y poder crecer de forma sostenible", concluyó el presidente de FERAL, José Antonio Fernández.

CONSEJO DE GOBIERNO

Aprueban 6,7 millones para la mejora de caminos rurales en Andalucía

■ E. S. G.

permitirá cerrar el año con más de 34.700 jornales generados.

El Consejo de Gobierno ha aprobado una transferencia de créditos por valor de 6,7 millones de euros para la mejora de caminos rurales en las diferentes provincias andaluzas. Esta acción, que se ha llevado a cabo a través del Plan de Choque por el empleo, consistirá en la elaboración de una serie de proyectos que tendrán como función principal la mejora en firmes, construcción de badenes, protección de escolleras, revestimiento de cunetas y la reparación de drenajes.

Desde la Junta de Andalucía han dado a conocer que esta nueva ayuda se suma a los 19,5 millones de euros inicialmente presupuestados para este tipo de obras en 2015, lo que

MEJORAS

Las obras de mejora en caminos rurales fueron incorporadas en 2012 al Plan de Choque por el Empleo, que la Junta de Andalucía ha desarrollado para favorecer el acceso al mercado laboral entre los colectivos de trabajadores más afectados por la crisis.

Con ello, desde 2011, la Junta ha movilizado una inversión total de 144,3 millones de euros para 1.032 proyectos en 2.090 kilómetros de caminos rurales de 753 municipios, con 206.000 jornales. Sin duda, este tipo de acciones permiten que los agricultores puedan seguir llevando a cabo su actividades de manera habitual y acceder a sus fincas con total calidad.



■ Tareas de mejora en uno de los caminos rurales de la provincia almeriense.



■ Reunión entre miembros de FERAL y AREDA.

AGROLIRIS

20 años creciendo con la agricultura



A large, stylized number '20' in a dark green color. The '2' and '0' are interconnected. To the right of the '0', the word 'ANIVERSARIO' is written in white, stacked vertically. Below it, the years '1994 - 2014' are written in a smaller white font. The background of this graphic is a dark green gradient.

PLAN PROVINCIAL DE APOYO A LA AGRICULTURA

Diputación destinará 300.000 euros a mejorar 18 caminos rurales en Vícar

■ Rafa Villegas

La Diputación de Almería, dentro del Plan Provincial de Apoyo a la Agricultura, va a invertir un total de 313.300 euros en mejorar 18 caminos rurales del término municipal de Vícar. Para ello, el presidente de la institución, Gabriel Amat (PP), ya ha firmado el necesario contrato de adjudicación de las obras, que va a llevar a cabo la empresa Fircosa Desarrollos S.L.

La inversión de este proyecto, que se denomina 'Pavimentación de Caminos Municipales en Vícar', es sólo una parte del Plan en el que la Diputación Provincial está invirtiendo más de seis millones de euros con fondos propios.

En los 18 caminos en los que se van a llevar a cabo las labores de mejora se va a proceder a limpiar, compactar y aplicar una capa de firme. Las vías rurales que se van a ver beneficiadas en esta ocasión van a ser las siguientes: camino Las Antenas, camino Haza Calera, camino Montenegro Taller, camino Montenegro ITV, así como los



■ El alcalde de Vícar, el socialista Antonio Bonilla, con el presidente de la Diputación Provincial de Almería, el popular Gabriel Amat.

de Higueral Norte, Enciso, Espín, Congo Chico, Médico Olivar, Lucero, Pabellón Llanos, camino del Bojar II, el de La Isla, además del camino Juan Hidalgo, la Travesía Sector III-Los Suizos, camino Emilio, el kilómetro 4 del Sector III y el camino Pura.

Como han explicado desde la Diputación Provincial de Almería, el objeto de este proyecto es "mejorar las vías de comunicación para favorecer los accesos a multitud de fincas agrícolas ubicadas en diferentes zonas del término municipal vicario que se usan para el transporte de la re-

cogida de productos de las cosechas, del suministro de materias primas y por los operarios agrícolas". Del mismo modo, desde la institución provincial han asegurado que "el objeto estructural de estas obras es, por un lado, devolver al firme de los caminos pavimentados la seguridad y co-

modidad que han ido perdiendo con el envejecimiento del firme por el paso del tiempo y, por el otro, dotar a los caminos no pavimentados de todas estas características y beneficios".

LABORES EN 65 MUNICIPIOS

La Diputación Provincial de Almería va a financiar el cien por cien de estos trabajos dentro del Plan Provincial de Apoyo a la Agricultura, que recoge una inversión de más de seis millones de euros en un total de 65 términos municipales almerienses.

Respecto a estas actuaciones, el presidente de Diputación, del Partido Popular de Almería y alcalde de Roquetas de Mar, Gabriel Amat, ha destacado la importancia para los municipios de este tipo de actuaciones que, además, no les supone coste alguno para sus arcas municipales. El veterano político ha asegurado que "con estas obras arreglamos los caminos rurales, con el consiguiente apoyo que ello supone para el principal motor de nuestra provincia como es la agricultura". Del mismo modo, Amat ha destacado la inversión de 313.000 euros que va a suponer este Plan de 'Pavimentación de Caminos Municipales en Vícar' donde, según ha querido dejar claro, "se demuestra que gobernamos sin mirar colores políticos". Y es que, como cabe recordar, el alcalde de este municipio del Poniente almeriense es del PSOE.

ESTADO DE LOS CULTIVOS HORTÍCOLAS

Los agricultores de pepino están retirando los dobles techos debido al aumento de las temperaturas

■ E. Sánchez

La climatología está cambiando estos días en la provincia almeriense y esto lleva a que los agricultores se vean en la necesidad de realizar las tareas pertinentes para que el ciclo de producción siga avanzando con normalidad. En este sentido, los productores de pepino están retirando los dobles techos de protección, ya que las temperaturas son cada vez más altas, según informa el Boletín Semanal de Información

Agraria de la Junta de Andalucía. Por su parte, los agricultores de pimiento tienen sus invernaderos con la cubierta encalada a fin de evitar quemaduras en los frutos y mantener la humedad adecuada para las plantas, así como un mejor desarrollo vegetativo.

En lo que se refiere al calabacín, el Boletín Semanal de la Junta explica que las plantaciones poseen ya matas adultas en plena recolección, por lo que se realizan labores de entutorado del único tallo, la polinización se induce con

abejorros o productos hormonales y las recolecciones se llevan a cabo día sí, día no. Igualmente, aquellos productores que han instalado una doble protección con plástico en capillas dentro del invernadero, las están manteniendo para evitar la entrada de mosca blanca y, por consiguiente, la posible infección del virus Nueva Delhi.

En el caso del tomate, tanto en plantaciones de primavera como de ciclo largo se realizan labores de poda de los brotes secundarios,



■ Plantación de pepino en interior de invernadero.

mientras que las plantaciones más tempranas, con las matas agotadas, se están arrancando para, posteriormente, implantar un melón tardío. Finalmente, el Boletín Semanal de Información Agraria de la Junta informa sobre el estado

de la berenjena, cultivo en el que se están realizando las recolecciones, entutorados de brazos de las matas y limpieza de frutos deformes y de flores que no han cuajado para evitar la propagación de pudriciones.

El futuro está en nuestras manos

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

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

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



EN EL ÁMBITO PROVINCIAL

La campaña de primavera llega con más superficie de sandía que en años anteriores

Por el contrario, se espera un nuevo descenso de la superficie destinada al cultivo de melón en la provincia de Almería

■ Elena Sánchez

La campaña de primavera en la provincia almeriense está más avanzada y, gracias a ello, organizaciones agrarias y comercializadoras pueden ofrecer datos más contundentes acerca de cómo se presenta la producción y superficie tanto de melón como de sandía. En este sentido, parece ser que, este año, la tendencia va a ir hacia un incremento de la superficie y producción de sandía, en comparación con campañas anteriores. En concreto, según comenta Andrés Góngora, secretario provincial de COAG-Almería, “el aumento se va a notar, principalmente, en sandía negra sin pepitas y blanca sin pepitas, dos variedades que están mejorando con los últimos ejercicios y cuyo trabajo de comercialización está dando los resultados esperados”. Uno de los principales motivos por los que este año habrá algo más de sandía en el campo almeriense es porque, según Góngora, “siempre ha habido muchos agricultores de calabacín que han encadenado dos ciclos con el mismo producto, ahora, cada vez son más, por las bajas cotizaciones o problemáticas, como la del virus ‘Nueva Delhi’, que prefieren recurrir a la sandía para la segunda parte del ejercicio agrícola, sobre todo en la zona de Níjar”.

En cuanto a la producción, según las previsiones de COAG, “va a ser bastante escalonada, ya que vamos a tener sandía prácticamente desde finales de abril hasta incluso junio, en principio con producciones escalonadas. Esto se debe a que, en enero, han trasplantado la mayoría de los productores de calabacín, mientras que, por ejemplo, los de tomate, lo están haciendo entre los meses de febrero y marzo”.

Por otro lado, en cuanto a melón se refiere, José Ruiz, responsable de melón piel de sapo de Agropo-



■ Cultivo de sandía en un invernadero de la comarca del Poniente almeriense.



■ Invernadero cultivado de melón en el término municipal de Adra.

niente, indica que “este tipo de melón va un poco más temprano que años anteriores debido, a que los pimientos, en el Poniente almeriense, no han tenido copas (producción en la parte alta de la planta), puesto que tuvimos verano hasta Navidad, lo que hizo que el género se adelantara. Entre eso y que el pimiento no ha tenido muy buen precio en la campaña de invierno, el agricultor está buscando otro cultivo alternativo”. En este sentido, las previsiones muestran que se van

a registrar más plantaciones de enero que ejercicios pasados, por lo que, según Ruiz, “el género comenzará a ser abundante del 20 de abril en adelante, así como también todo apunta a que va a haber más melón en el Poniente almeriense que en el Levante, donde creo que predominará el cultivo de sandía”.

En cuanto a producción y superficie, el secretario provincial de COAG-Almería, Andrés Góngora, lamenta “el nuevo descenso que se va a registrar, un año más, en

melón. Hay bastante preocupación en el sector, ya que esta fruta está pasando por varias dificultades que hacen que no termine de consolidarse en el campo almeriense, sobre todo, en cuanto a melón gordo se refiere, destinado al mercado nacional, del que se prevé otra bajada. Datos similares son los que tenemos sobre el Cantaloup y el galia, dos tipos que no se mantienen en alza, aunque, eso sí, las cantidades planificadas y previstas para las cooperativas sí que se si-

guen manteniendo una campaña más”.

LUCHA INTEGRADA

En cuanto a las cifras de superficie de melón y sandía bajo lucha integrada, la Junta de Andalucía prevé un nuevo descenso en ambos cultivos para la campaña 2014/2015. Así lo demuestran los datos facilitados por la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente en Almería, que cifran en 1.860 las hectáreas de melón bajo métodos de control integrado de plagas, un 7,5 por ciento menos que hace un año, mientras que en sandía, la cifra se fija en 1.450 hectáreas, un 2,03 por ciento menos. De hecho, estos descensos estarían relacionados con la poca rentabilidad de la que adolecen ambos cultivos y que hace que los productores almerienses intenten reducir la inversión que realizan en ellos. Así, la próxima campaña de primavera sería la sexta en la que la superficie de melón con lucha integrada decrece, mientras que la de la sandía es, si cabe, un caso similar, si bien ha visto reducirse su superficie con control biológico durante cuatro campañas consecutivas, desde la 2011/2012 hasta la primavera que acaba de llegar.

I feria hortofrutícola



infoAgro EXHIBITION

20-22 de mayo, 2015

Palacio de Exposiciones de Aguadulce

www.infoagroexhibition.com

Tel. +34 902 300 103

I+D+i

INDUSTRIA AUXILIAR

Empresas almerienses conocen las oportunidades de negocio en Emiratos

■ E. S. G.

Un total de once empresas almerienses de la industria auxiliar de la agricultura han participado, con EXTENDA, en un encuentro comercial en los Emiratos Árabes Unidos para favorecer las oportunidades de negocio en este mercado.

En este sentido, durante la visita se han organizado una serie de reuniones concertadas para cada una de las empresas, con importadores de Dubai, Abu Dhabi y Al Ain, así como también se

ha llevado a cabo una visita a la feria Agrame de Dubai, la mayor exposición internacional para fabricantes e importadores de todo tipo de material para la agricultura de Oriente Medio.

Las entidades almerienses son: Ideas, Desarrollo y Mejoras, Alarcontrol, Víctor García Lázaro, Tecnonoiente, Construcciones Metálicas Villegas Moreno, Criado y López, Agrometal-Carretillas Agrícolas de Almería y José Barranco Fernández e Hijos y la Fundación para las Tecnologías Auxiliares de la Agricultura.



■ Empresarios que visitaron los Emiratos Árabes. /FHALMERIA

JUNTO A LA DIPUTACIÓN JIENNENSE

Investigadores de Jaén inician un proyecto para descifrar el código genético del olivo

■ E. S. G.

Investigadores de la Universidad de Jaén, junto con la Diputación Provincial, están preparando un proyecto de investigación con el fin de descifrar el código genético del olivo. En este sentido, la primera fase del estudio será descifrar la estructura de este fruto, un reto bastante complicado, ya que, hasta ahora, “nadie había conseguido secuenciar

de manera tal la estructura genética de este cultivo”, explica Francisco Reyes, presidente de la Administración provincial.

Por otro lado, para el rector de la Universidad de Jaén, la firma de este convenio sobre el genoma va ligada a una de las misiones más importantes que tenemos, “ya que nos va a proporcionar una información muy buena para que otros científicos puedan seguir investigando”.

CENTRO TECNOLÓGICO



■ Asistentes a la jornada. /FHALMERIA

TECNOVA pone en contacto al sector de la industria auxiliar almeriense con el agro peruano

■ Elena Sánchez

El Centro Tecnológico TECNOVA ha acogido, en sus instalaciones, una jornada para dar a conocer las oportunidades de negocio en el sector agroalimentario en Perú, analizando la situación económica del país y las características del mercado peruano.

Con el objetivo de fomentar la productividad, rentabilidad y competitividad de las empresas se gestó esta iniciativa para expandir el negocio de las entidades del sector de la industria auxiliar de la agricultura, desde plásticos, fertirriego, nutrición vegetal, entre otros sectores, que estuvieron presentes durante la jornada y los cuales realizaron con

gran interés preguntas a los ponentes manteniendo, además, reuniones bilaterales posteriores a la jornada para profundizar en sus ideas de expansión internacional en Perú.

Para TECNOVA es fundamental buscar nuevas oportunidades de negocio para estas firmas, más aún en lugares donde existen necesidades tecnológicas.



IRTA ofrece una jornada sobre control biológico y enemigos naturales en cultivos hortofrutícolas

El IRTA ha realizado la jornada técnica ‘Control biológico en hortícolas: importancia de la conservación de los enemigos naturales’, con el fin de hacer un repaso del estado actual del control biológico por conservación en huerta, principalmente en tomate, y presentar los resultados de la prospección de plantas para la conservación de miridos depredadores en este cultivo mediante plantas insectarias.



fruit attraction

FERIA INTERNACIONAL DEL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS

LA GRAN CONVOCATORIA DE LOS OPERADORES HORTOFRUTÍCOLAS INTERNACIONALES

28-30
OCTUBRE
2015
MADRID-ESPAÑA

ORGANIZAN



- 
B2BFRUIT
NEW MARKETS
- 
PASARELA
INNOVA
- 
FRUIT FUSIÓN
SHOW COOKING
- 
SEMANA DE
LA VERDURA
- 
ENCUENTROS
COMERCIALES
- 
DIVERSIDAD
- 
EXPORTACIÓN
- 
CONFERENCIAS
INTERNACIONALES

www.fruitattraction.ifema.es
 f [facebook.com/fruitattraction](https://www.facebook.com/fruitattraction) @FruitAttraction

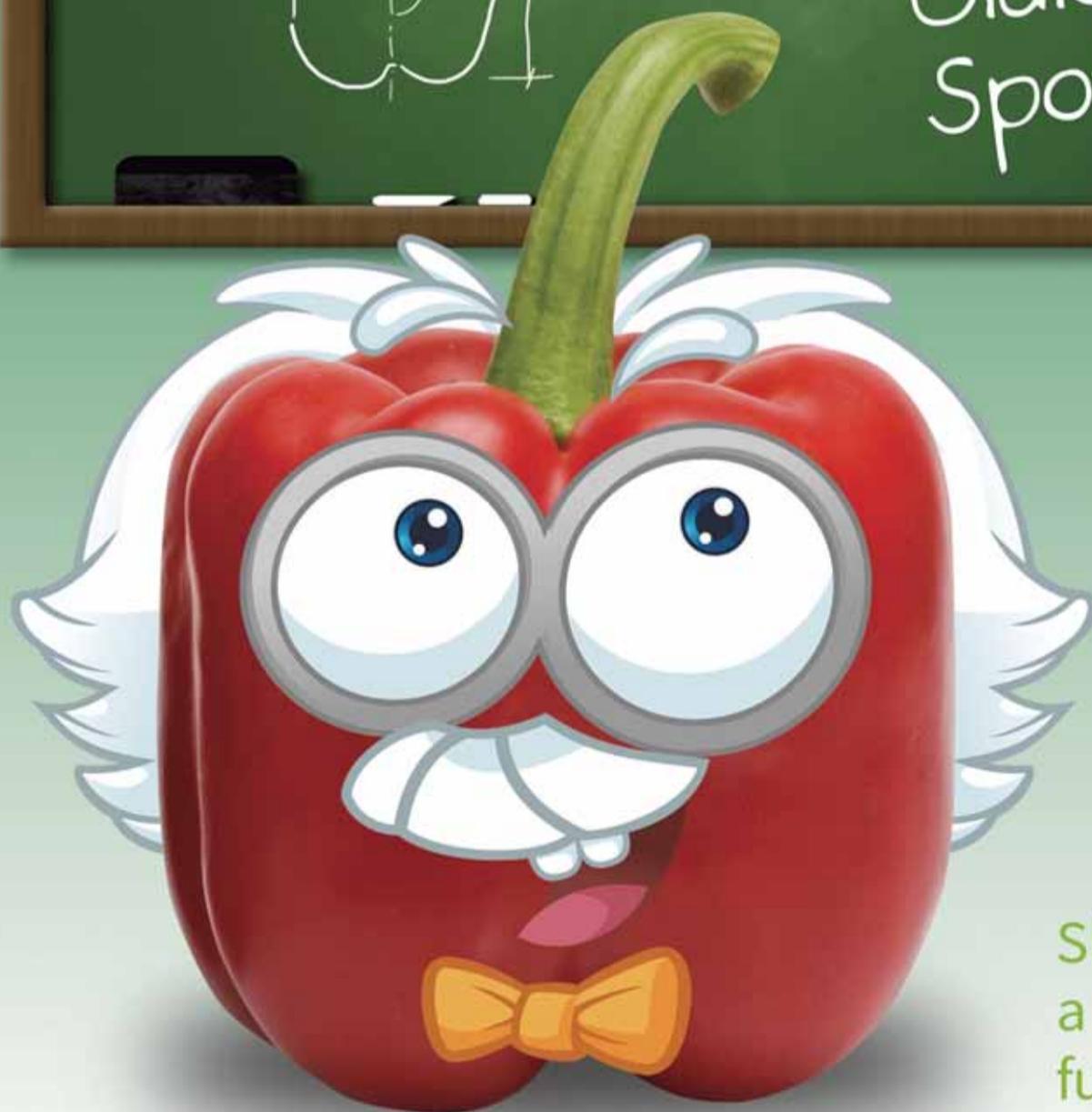
IFEMA Feria de Madrid
 902 22 15 15 · fruitattraction@ifema.es

Nos superamos año tras año...

e= **Nirvin RZ**

Lo máximo en resistencias

Nemátodos,
Oídio,
Spotted...



Sharing
a healthy
future

